الدكتور مكي محمد مكي

# المدن الإعلامية الحرة






المدن

الإعلامية الحرة

المدن

الإعلامية الحرة

# المدن

# الإعلامية الحرة

الدكتور

**مكي محمد مكي**










# 2016

| | |
|---|---|
| رقم التصنيف | 070.19: |
| المؤلف ومن هو في حكمه | : مكي محمد مكي |
| عنوان الكتاب | : المدن الإعلامية الحرة |
| بيانات الناشر | : أمواج للنشر والتوزيع، عمان - الأردن |
| عدد صفحات الكتاب | 336 : |
| رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية | 2016/2/ 559: |
| الواصفات | : /الاذاعة//البث//العصرنة/ |

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.
- تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية
- الآراء والتوجهات والأحكام ووجهات النظر الواردة في هذا الكتاب لا تعبر بالضرورة عن رأي الناشر



رؤيتنا: العلم والثقافة أساسان متينان للحياة السوية على طريق النجاح والعمل الإبداعي

رسالتنا: نشر الإبداعات في شتى صنوف العلم والمعرفة بما يسهم في التطور مع المحافظة على الموروث لإعداد جيل صالح يرتقي بالأمة نحو الآفاق ويضعها في صدارة الأمم.

قيمنـــا: منارات ترشدنا لتحقيق رؤيتنا ورسالتنا



دار أمواج للنشر والتوزيع

عمان - الأردن هاتف 0096264888361 www.amwaj-pub.com

e-mail: amwajpub@yahoo.com e-mail: info@amwaj-pub.com



مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع

شارع الجامعة الأردنية - عمارة العساف - مقابل كلية الزراعة - تلفاكس ٥٣٣٧٧٩٨ ص. ب ١٥٢٧ تلاع العلي - عمان ١١٩٥٣ الأردن

e-mail : halwaraq@hotmail.com www.alwaraq-pub.com - info@alwaraq-pub.com

# مقدمة

تعتبر ثورة الاتصالات والمعلومات من أهم ملامح العصر الحالي ، ومن أبرز سماتها تجاوزها لحدود الدول ، حتى يكاد يستحيل على أي دولة منع التدفق المعلوماتي القادم إليها من خارج حدودها ؛ عبر الأقمار الصناعية والقنوات الفضائية وشبكة الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة.

ومن المؤكد أن لهذه الثورة المعلوماتية الاتصالية تداعياتها وتأثيراتها على السياسية الوطنية للدول اليوم وفي المستقبل ؛ فهبت رياحها على العالم العربي ، وأضعفت القبضة التسلطية للدولة القومية على المعلومات ، فلم تعد هناك معلومات تخفى، ولا اتصال يمنع.

فاشرأبت بعنقها على المسرح العربي ظاهرة المدن الإعلامية العربية الحرة ، تدعمها معطيات ثورة الاتصالات السالفة الذكر ، وتقف أمامها عقابيل الماضي، فاختلف الناس حولها، بين مؤيد ومعارض ، وساخر من فكرتها في ظل النظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي العربي.

فالأمر اقتضي تقديم دراسة في حجم الدكتوراه ؛ لهذه الظاهرة الحديثة ، لمعرفة جدواها، من ناحية أهميتها، وأهدافها، وفائدتها الوطنية والعربية والعالمية، ودلالاتها، وانعكاساتها وتأثيراتها المحتملة على الوضع السياسي والصحافي العربي ، وتقبل الدول العربية لها، ومن ثم قدرتها على الاستمرار والثبات.

ولذلك كانت هذه الدراسة التي خرجت بنتائج مهمة ، وقدمت توصيات مفيدة في جوانب الظاهرة المختلفة ؛ بقصد تفادي وتجاوز كل الصعاب والمعوقات التي تعترض

طريقها.وبل ستصبح هذه الدراسة هادياً ونبراساً لكل الدول التي ترغب في إنشاء مدينـة إعلاميـة ؛ وخاصة بعد النجاح التـي تحقـق في تجربـة مدينـة دبي الإعـلام . ومـن هنـا جـاء اهـتمام المـشرف البروفيسور على محمد شمو؛ ولجنة المناقشة المكونة من البروفيسور معتصم عبد اللــه والـدكتور عبد النبي عبد اللـه الطيب ؛ في ضرورة إخراجها في شكل (كتاب) مبـسط لغـة وعـدد صـفحات، يسهل حمله والاطلاع عليه ؛ فاستجاب المؤلف ؛ فاختصر الفصول إلى مباحث بـصورة غـير مخلـة ، فحذف بعض المباحث التي تتعلق بالدراسة النظرية ؛ رغم صلتها بالبحث ؛ مثل مبحـث الحريـات الإعلامية في العالم العربي ومفهوم الأمم المتحدة للحرية الإعلامية ، وكذلك مبحث هجـرة الـصحافة العربية وفرص عودتها للوطن العربي عـبر المـدن الإعلاميـة الحـرة ، ثـم ركـز عـلى المعلومـات ذات الصلة المباشرة بالظاهرة ودراستها.

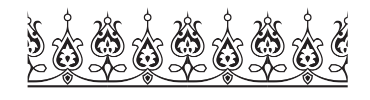
وقد تم تقسيم هذا المؤلف إلى ثمانية مباحث ؛ تناول المبحث الأول التطـورات في مجـال الاتصال الدولي ؛ من خلال خمسة مطالـب ، عـرض المطلـب الأول المرحلـة الـشفهية للاتـصال ، والثاني المرحلة الكتابية ، والثالـث المرحلـة الطباعيـة ، والرابـع المرحلـة الإلكترونيـة ، والخـامس المرحلة التفاعلية وهي التي يعيشها العالم اليوم .أما المبحث الثاني ؛ شرح نـشأة وتطـور الأقـمار الصناعية ؛ مـن خـلال أربعـة مطالـب؛ فـصل المطلـب الأول مفهـوم الأقـمار ونـشأتها ، والثـاني تطورات الأقمار ، والثالث الراديو الفضائي ، والرابـع الإنترنـت والأقـمار الـصناعية . أمـا المبحـث الثالث تحدث عن المؤسسة العربية للاتصالات (عربسات)؛ من خلال مطلبين، الأول تناول نشأة وتكوين عربسات، والثاني عن بداية العمـل بعربـسات وتطـوره.أمـا المبحـث الرابـع تعـرض إلى تجربة القنوات الفضائية الحرة الدولية والعربية؛ من خلال ثلاثة مطالب ؛ يشرح المطلـب الأول بدايات البث الفضائي، والثـاني نمـاذج للفـضائيات الدوليـة الحـرة، والثالـث نمـاذج للفـضائيات العربية الحرة. أما المبحث الخامس عرض فكرة المدن الإعلامية العربية الحرة؛ وذلك مـن خـلال

أربعة مطالب ؛ يتناول المطلب الأول ؛ فكرة المدن الحرة وأهميتها ، والثاني عن مدينة دبي الإعلامية الحرة ، والثالث عن المنطقة الإعلامية الحرة بمصر ، الرابع عن المدينة الإعلامية الحرة بالأردن. أما المبحث السادس فسر الدراسة التطبيقية والميدانية؛ من خلال مطلبين ؛ الأول تناول تفسير بيانات ومعلومات الدراسة ، والثاني تفسير متغيرات الدراسة . أما المبحث السابع عرض تحليل ومناقشة الدراسة ؛من خلال مطلبين ؛ الأول تناول تحليل ومناقشة المعلومات الديموغرافية ، والثاني تحليل ومناقشة نتائج محاور الدراسة . أما الفصل الثامن عرض نتائج وتوصيات الدراسة؛ من خلال مطلبين ، الأول سرد نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية ، والثاني عرض التوصيات لكافة الجهات ذات الصلة بالدراسة .

**د.مكي محمد مكي**

**المؤلف**

**2015/12/17م**

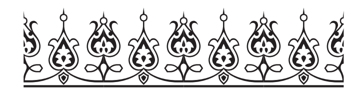


# المبحث الأول

## لمحة تاريخية

## عن تطور وسائل الاتصال

1. **المطلب الأول: المرحلة الشفهية.**
2. **المطلب الثاني : المرحلة الكتابية.**
3. **المطلب الثالث: المرحلة الطباعية.**
4. **المطلب الرابع: المرحلة الإلكترونية.**
5. **المطلب الخامس :المرحلة التفاعلية.**
6. **ملخص.**
7. **مصادر ومراجع المبحث الأول.**



## تمهيد

تميز الإنسان على سائر المخلوقات الربانية بالعقل والفكر المنظم المنطقي ، الذي هو مناط التكريم والتكليف والخلافة في الأرض ، ويتجلى تميزه وضوحاً في قدرته على التعبير عن أفكاره بحواسه المختلفة ، ويزيده إعجازاً مقدرته على ابتكار الأدوات والتقنيات التي يبث من خلالها رؤاه وعلمه، وأفكاره عبر اتصاله مع الآخرين. ثم ليحكي فيما بعد تقدم هذه الأدوات والتقنية المبتكرة ، {تطور الحضارة الإنسانية}(1)، ومن هنا كان تقسيم الباحث للتطورات التي مرت بها وسائل الاتصال إلى خمس مراحل ، لمعرفة التقدم الذي وصلت إليه، لما له من علاقة بموضوع الدراسة.

## المطلب الأول

## المرحلة الشفهية

وتبدأ هذه المرحلة قبل هبوط الإنسان إلى الأرض ، وتعكس تفاهم الإنسان مع الكائنات الغيبية، كالملائكة عبر اللغة ، والكلمة المنطوقة، فقال الله تعالي بشأن التفاهم مع الملائكة {وعلم آدم الأسماء كلها ثم عرضهم على الملائكة فقال أنبئوني بأسماء هؤلاء إن كنتم صادقين}(2)، وقوله تعالي { فلما أنبأهم بأسمائهم}(3)، معني ذلك أن اللغة التي تحدث بها آدم عليه السلام مع الملائكة ، وعلم بها الملائكة الأسماء كانت مفهومة لديهم ؛ أي يوجد (إطار دلالي) مشترك ، جعل التفاهم ميسوراً بين الطرفين ، حيث أن الملائكة لم تشكو عدم الفهم، بل قالوا كما يصف الحق عز وجل على لسانهم { سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا}(4).

ويعتبر العلم بالأسماء والتعبير عنها باللغة التي فهمتها الملائكة ، مرحلة مهمة في بناء الحضارة الإنسانية . فالإنسان هبط الأرض مزوداً بالعلم واللغة ، ومستشعراً

التكليف الرباني في الخلافة، واستعمار الأرض ، فتكاثر واستقر في شكل تجمعات بشرية لأنه؛ {مدني بطبعه}(5) ، لا يستطيع العيش وحده ، فهو يبتغي الأمن والطمأنينة ؛ لكي يؤدي الدور المناط به. فكان اتصاله وتفاعله ، وتكيفه مع من حوله، وفق{الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمس – السمع والبصر واللمس والشم والتذوق – مع بعضها البعض }(6)

فبدأ الاتصال عبر الكلمة المنطوقة؛ لتوصيل الآراء و الأفكار ، فتصدرت حاسة السمع على بقية الحواس . وقد استغرقت هذه المرحلة معظم التاريخ الإنساني ، وكانت السمة الرئيسة للاتصال هي الفردية ، حيث ؛{ذاكرة الإنسان قوية جداً مقارنة بالمستويات الحديثة}(7).

وحقق الاتصال الشفهي التقارب بين الناس ، و وفرت طريقته في الحصول على المعلومات الصدقية للحدث ؛{ لارتباطه بصفات ناقله وصورته الذهنية عند مستمعيه}(8)، فالاستماع كان يعني الإيمان بما يقوله رواي الحدث ، وبل أثر أسلوب الاتصال الشفهي على الناس وجعلهم عاطفيين، لأن الكلمة المنطوقة تحمل العاطفة إضافة إلى المعني.

وتعتبر اللغة في الاتصال الشفهي الأداة الرئيسة لتوصيل الأفكار والآراء ، وخاصة إن ؛ {المجتمعات البشرية الأولي استخدمت الاتصال لتلبية حاجة دينية }(9)، ثم أتت الحاجات الأخرى كتبادل أخبار الصيد، والأمطار، والسيول، والاحتفالات، والحروب وغيرها.

وقد اقتصرت عملية نقل المعلومات وتداولها بين الناس؛ في تلك المرحلة الإتصالية على الوسائل السمعية والبصرية في مقدمتها الاستعانة بالمنادين الذين يجوبون أماكن التجمعات البشرية ، ثم بعد ذلك برز الرواة والشعراء.

وتزايد احتياج الإنسان لوسائل اتصال أكثر تطوراً ؛ بتعقد المجتمع الذي يعيش فيه، حيث حلت المدن محل القرى ، وزاد عدد الناس وتعددت التنظيمات الاجتماعية . فكان بحثه عن وسائل فعالة يعتمد عليها؛ في نقل معلوماته بسرعة عبر المسافات الطويلة ، إضافة إلى وسائل تمكنه من حفظ أفكاره بدقة عبر الزمن ، ومن هنا بدأت محاولاته نحو الكتابة.

## المطلب الثاني

## المرحلة الكتابية

ارتبطت هذه المرحلة بمعرفة القراءة والكتابة للحروف الهجائية ؛ التي بدأت بمنطقة الشرق الأدنى القديم ؛ في{ الألف الأول قبل الميلاد}(10). فبدأت الكتابة بشكل بدائي ، ولكنها تطورت بتطور اللغة ، وغدت الأداة الأساسية للتعبير والاتصال ، {وبداية لانطلاق الحضارة الإنسانية}(11)، فاحتفظ الإنسان بسجلات مادية للاتصال عبر الزمان، واستطاع تداول المعلومات دون عائق . وبدأت هذه المرحلة من الكتابة ؛ بالنقش على الحجر، والرسم على جدران المقابر، والمعابد، والقصور {باختراع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم منذ حوالي 3600سنة قبل الميلاد }(12).

وتعتبر الأحجار الوسيلة الأولي؛ التي حفظت رسومات الإنسان وكتابته. وبالرغم من قدرتها على البقاء عبر الزمان ؛ ولكن حركتها عبر المكان لم تكن ميسورة. وبتطور الحياة في المجتمعات القديمة؛ بدأ الإنسان يفكر في وسيلة جديدة تمكنه من نقل معلوماته ورسائله الإتصالية بمرونة أكثر ؛ فكتب على الجلود، والعظام، وجريد النخل، والألواح الخشبية وغيرها، حتى كان اكتشاف المصريين القدماء ؛ طريقة صنع ورق البردي قبل ألفين وخمسمائة عام قبل الميلاد.

وهذا التطور في تاريخ الإنسان من الحجر إلى نوع من الورق ؛ سهل العملية الإتصالية؛ وجعلهاأكثر فاعلية ، مما أدي إلى تغيير كبير في ثقافة ونظام المجتمعات القديمة. وذلك أن تكنولوجيا الاتصال الجديدة ؛ المتمثلة في الورق وأدوات الكتابة الملائمة على الورق ؛ فتحت الطريق أمام تغيرات اجتماعية وثقافية جديدة. فعرفت الحضارات القديمة الصينية والإغريقية والرومانية الخبر المخطوط ، فظهرت [خطابات الأخبار ] ، وأصدر يوليوس قيصر عقب توليه السلطة عام [59 ] قبل الميلاد نشرة

مخطوطة تسمي [ الوقائع اليومية ] ، تعلـق في الميـادين المهمـة ، وتهـتم بنـشر الأخبـار ، وتـسجيل نشاط مجلس الـشيوخ وأعـمال أعـضائه وأقـوالهم ، وأخبـار الحمـلات الحربيـة ، ورواپـات الغرائـب والفضائح . وكان نشر هذا اللون الأخير من الأخبار؛ يتم بتشجع من القيصر ؛{ليحول انتبـاه المـواطنين عن المشكلات التي كانت تواجه السلطة الحاكمة}(13).

وقد استخدمت مصر الفرعونية هذه التكنولوجيا الإتصالية الجديدة في تسجيل المعرفة من كل نوع ، و في نقل الأوامر، حتى أصبحت الكتابة باباً مفتوحاً على الثراء ، والمكانة الاجتماعية ، فالكتّاب في مصر الفرعونية أصبحوا طبقة متميزة في ظل الصفوة الحاكمـة ؛ ولهـذا {فتحـت مـدارس عديـدة في مصر القديمة لتخريج الكتبة }(14).

وقد برزت أهمية الكتابة في نسخ الكتب المقدسة المختلفة ؛ وحفظت الكثير منها ؛ من التبـديل والتغيير، والزيادة والنقصان من جهة ، ويسرت وصولها إلى الناس من الجهة الثانية . وقد اشتهر عدد من النُساخ بكتابتها ، وخاصة القرآن الكريم الذي حرص الخليفة الراشد أبي بكر الصديق على جمعـه؛ بعد وفاة الرسول الكريم (ص) وموت عدد كبير من حفظته في حروب الردة ، ثم تلاه الخليفـة الراشـد عثمان بن عفان ليجمعه في مصحف واحد وبرسم واحد ، عرف في التاريخ باسم ( الرسم العثماني).

أما في العصر الحديث ، فكانت أوروبا رائدة في مجال النسخ ، حيث يرجح المؤرخون أن يكون الخبر المخطوط قد ظهر في الربع الأخير من القرن الثالث عشر ، فكان أول خـبر مخطـوط {في إنجلـترا سنة 1275م }(15) . وقد تخصص في كتابة الخبر المخطوط جماعة من المحترفين كـانوا يبيعونـه للنـبلاء، وكبار التجار، نظير أجر محدد . ثم انتشر الخـبر المخطـوط في عـدد مـن الـبلاد الأوروبيـة؛ كفرنـسا ، و إيطاليا ، وغيرهما ، فبرزت مدينة البندقية كمركز مهم لجمع الأخبـار ونـسخها وتوزيعهـا ؛{ لـسمعتها المالية و العلمية الواسعة }(16).

وقد تطور عمل الكتاب والنُساخ؛ بازدهار تجارة الخبر المخطوط ، فبدأت حركات علمية ؛ تهتم بجمع ما يكتب الكتّاب ، ليظهر الكتاب كوسيلة عريقة من وسائل الاتصال الجماهيري ، بل من {أكثرها عراقة وأقدامها وجوداً}(17)، أي أن وجود الكتاب ؛ سبق اختراع الطباعة على يد جوتنبرج، وقدم الكتاب الكثير من المعارف والعلوم رغم قلة المنسوخ منه في تلك الفترة.

وتظل الفائدة الكبيرة للوسائل الجديدة مثل الورق ، مع تطور الكتابة ذاتها ؛ وهو تخلص العقل البشري من عبء ضرورة تذكر كل شيء؛ وإعادة مراجعته ليبقي حياً في ذاكرة الأجيال القادمة . ولكن تبقي الحقيقة أن هذه الرسائل الأخبارية المخطوطة، والكتب المنسوخة ، لم تكن ذات صفة شعبية كاملة ؛ وذلك لقلة المتعلمين للقراءة والكتابة، ولارتفاع أسعارها . فضلاً عن أنها لم تنتشر على نطاق واسع ؛ لقلة عدد ما يُنتج منها؛ نظراً لصعوبة عملية النسخ وبطئها . وكل هذا وغيره أدي إلى التفكير في وسائل اتصالية أكثر تقدماً وتيسيراً لعملية نقل المعلومات وتداولها وسعة انتشارها ، وقد تمثل ذلك في الطباعة.

## المطلب الثالث

## المرحلة الطباعية

يعود فضل اختراع الطباعة إلى الفينيقيين ، وهـي الطباعـة القالبيـة ، التـي تعتمـد عـلى نقـش الكتاب أو الرسوم أو أي رسالة اتصالية مخطوطة على لوح من الخشب ، ثم تفريـغ مـا حـول الكتابـة فتبقي الحروف بارزة بالنسبة لما حولها ، وتُحبر لكي يطبع عليها العدد المطلوب من النسخ، وشـاعت هذه الطريقة في الصين في القـرنين الخـامس والـسادس الميلاديـين حيـث؛{اخـترع بي شـينج أول حـرف طباعي من الفخار في عهد شينج لي بالصين في أواخر النصف من القرن الحادي عشر الميلادي}(18).

ويجمع المؤرخون أن الطفرة الكبرى في مجال الطباعة كانت على يد يوحنـا جـوتنبرج {أول مـن فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة ، وذلك حوالي ستة 1436م، وأتـم طباعـة الكتـاب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1455م }(19).

ويعتبر هذا الاختراع الجديد ؛{أكثر الابتكارات التكنولوجية تأثيراً على الإنسان}(20)، لأنه أحدث تأثيراً اجتماعياً عبر طباعة عدد كبير من نسخ الـصحف ، ووصـولها إلى أكـبر عـدد مـن القـراء في أسرع وقت ، وبجهد وتكاليف، أقل مما كان يبذل في الخبر المنسوخ الذي كان سائداً قبل ذلك.

فأصبحت المعلومات سلعة معروضة للبيع للعامة ، عـلى العكـس في الفـترة الـسابقة لاخـتراع الطباعة ، فتحررت المعرفة من الأوصياء وغدا الطريق إليها سهلاً ميسوراً.

وقد انتشرت الطباعة فدخلت المطبعة إلى أمريكا عـام 1534م ، وبـدأت أول مطبعـة في العـالم العربي في لبنان 1610م ، ثم سوريا 1706م ومصر 1798م.

وفي بداية القرن السابع عشر ظهرت منشورات صحفية مطبوعة ومنتظمة في بعـض المدن الأوروبية ؛ وخاصة في ألمانيا البلد الذي نشأ فيه الاختراع الجديد ، ثـم بعـد ذلـك في

الأراضي القريبـة منهـا . فظهـرت الـصحف في إنجلـترا عـام 1622م ، وفي فرنـسا 1631م ، وفي إيطاليـا 1636م وكانت كلها إخبارية ذات طابع واحد ، وتصدر بمقتضى امتياز تمنحه الدولـة أو المدينـة مقابـل فرض الرقابة عليها.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ظهرت الصحف لـسنوات عديـدة قبـل تكوينهـا كدولـة ، أي في بداية القرن السابع عشر . وفي العالم العربي ظهرت الصحف في أوائل القرن التاسع عشر.

ومنذ اخترع يوحنا جـوتنبرج الطباعـة ؛ وحتـى الآن تطـورت أسـاليب وطـرق الطباعـة، مـن طباعة يدوية ، إلى طباعة تعتمد عـلى البخـار، ثـم إلى طباعـة تـدار بالكهربـاء ، حتـى وصـلنا إلى الطباعة التي تعتمد على أشعة الليزر؛ وتدار بواسطة الحاسبات الإليكترونية، ونتمكن من خلالهـا الاستعانة بأجهزة الحاسب الفاكس ميليFax mail والأقمار الصناعية من الطباعـة في أكـثر مـن مركـز كحال عدد من الصحف العربية اليوم ، مثل الشرق الأوسط والأهرام وغيرهما من الصحف؛ التـي تطبع في عدد من العواصم العربية . كما تطورت نظم صف الحـروف مـن الجمـع اليـدوي الحـرفي إلى الجمع الآلي ، ومن الجمع الآلي السطري [الساخن] حتى وصلنا إلى الجمـع التـصويري [البـارد] الذي يعتمد على الحاسبات الإليكترونية.

ونتيجة للطباعة وتطورها وظهور الوسائل الإتصالية المطبوعة ؛حـدث تغيـير جـذري في أسـاليب التعبير والاتصال . ولذلك يقول عالم الاجتماع تشارلز هارتون كولي Charles Harton Cole إن هنـاك أربعـة عوامل جعلت هذه الوسائل الجديدة أكثر تأثيرا من أية عمليات اتصالية في تـاريخ الإنـسان مـن قبـل ، وهذه العوامل هي(21):-

(1) القدرة على التعبير ، ونقل كم هائل ومتنوع من الأخبار والأفكار والمشاعر.

(2) التغلب على الزمن بتسجيل وحفظ المعلومات.

(3) التغلب على المكان من خلال مرونة وسرعة الحركة.

(4) الانتشار بحيث تتاح المعرفة لكل الطبقات في المجتمع.

فاختراع الطباعة كان بداية للنشر الجماهيري للكتب وللجرائد والمجلات ، مما حقق حرية المعلومات والثقافة ، ونقلها من احتكار الحكام والعلماء إلى الجماهير العادية . وتوفر المطبوع ساعد على نشر الفردية ، و شجع المبادرة والاعتماد على الذات ؛ ولكنه عزل البشر فأصبحوا يدرسون وحدهم ويكتبون وحدهم ، وأصبح لهم وجهات نظر شخصية؛ عبروا بها عن أنفسهم للجمهور الجديد الذي خلقه المطبوع ، ومع ذلك {أصبح التعليم الموحد ممكنا}(22).

ويذكر أن التطور التكنولوجي في الماضي أدي أيضاً إلى انتشار المطبوع ، فمد خطوط السكك الحديدية ، وظهور القوارب البخارية التي حلت مشكلة النقل ، إضافة إلى ظهور التلغراف سهل نقل الأخبار والمعلومات بسرعة من مواقع الأحداث إلى قاعات التحرير . حيث ظهرت الوكالات المتخصصة لنقل الأخبار إلى مختلف الصحف . ثم بدأ في العشرينات من القرن الماضي اتصال جديد يواكب المرحلة الطباعية، ويسير معها في خط مواز ؛ هو ما يطلق عليه عصر الاتصال الإليكتروني الإذاعي المسموع والمرئي.

## المطلب الرابع

## المرحلة الإليكترونية

بدأت الجذور الأولي لمعالم عصر الاتصال الإليكتروني خلال القرن التاسع عشر ، {ليشكل منتصف الثمانينات من القرن العشرين لب ثورة الاتصال القائمة الآن }(23). فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال ؛ استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية ، حيث أدي التوسع في التصنيع إلى زيادة الطلب على المواد الخام ، وكذلك التوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود. فبرزت الحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية ، وبالتالي أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال؛لا تلبي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي . فظهرت العديد من المخترعات الجديدة نتيجة استغلال الطاقة الكهربائية.

ففي عام 1824م اكتشف العالم الإنجليزي وليم سترجون (Sturgeon) الموجات الكهرومغناطيسية، ثم استطاع المخترع الأمريكي (صمويل مورس )Samuel Morse اختراع التلغراف 1844م وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على رموز Code سمي باسمه (رموز مورس) Morse Code عبارة على نقط وشرط ( Dots and Dashes) ، وتم{مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند خلال القرن التاسع عشر}(24)، ولاشك أن نقل المعلومات في ذلك الوقت بطريقة تكاد تلغي عامل الزمن؛ شكل نقلة كبيرة في عالم وسائل الاتصال وتداول المعلومات.

وفي عام 1875م استطاع الأمريكي الكسندر جراهام بل(Alexander Graham Bell) أن يخترع التلفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة ، مستخدماً نفس تكنولوجيا التلغراف ، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية ، مستبدلاً بمطرقة التلغراف، شريحة رقيقة من المعدن تهز حين تصطدم بها الموجات الصوتية ، وتحول

الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك ، وتقوم سماعة التلفون بتحويل هذه الذبابات الكهربائية ؛ إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي . واختراع التليفون في ذلك زمان بمثابة دفعة قوية للفن الصحفي بوجه عام، وذلك للتمكن من نقل المعلومات من كل مكان لمقار الصحف ؛ ولكن منذ عام 1927 أصبح التلفون عاملاً مهماً ورئيساً ؛ لنقل الأخبار والمعلومات عبر المسافات الطويلة؛ عن طريق دوائر تربط القارات سلكياً ولا سلكياً ، فتقاربت المسافات بين المدن البعيدة.

واخترع ( توماس أديسون) Edison 1877م جهاز الفونوغرافPhonograph ، {ثم تمكن العالم الألماني ( أميل بر لنجر)Berlinger في عام 1887م من ابتكار ( القرص المسطح) Flat Disc الذي يستخدم في تسجيل الصوت ، وبدأ تسويق آلة الفونوغراف منذ عام 1890م كوسيلة شعبية لتقديم الموسيقي في الأماكن العامة }(25)

وفي عام 1895م شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية ، ثم أصبحت السينما ناطقة عام 1928م.

ويعتبر اختراع الراديو من الثورات المهمة في تاريخ الاتصال بين القارات ، ويرجع هذا الاختراع إلى عالم اللاسلكي الإيطالي ( ما ركوني)Marconi الذي تمكن عام 1896م من استخدام هذه الوسيلة اللاسلكية للاتصال للأول مرة في التاريخ ؛ فانتقلت الإشارات إلى مسافات بعيدة نسبياً بدون استخدام الأسلاك . ولكن الإذاعة ( الراديو ) لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1919م ، عند ما بدأ الألمان والكنديون توجيه خدمات الراديو المنتظمة ؛ ثم تبعتهما الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1920م وفرنسا 1921م وبريطانيا 1922م واستراليا 1923م وروسيا 1924م.

وفي العالم العربي كانت مصر أول بلد عربي يعرف محطات الإذاعة ، وكان ذلك في عام 1925م، ثم توالت بالظهور في شمال أفريقيا ثم أقطار الوطن العربي.

أما بالنسبة للتليفزيون فقد بدأت الخدمات التجارية في إنجلترا 1936م ، وفي الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الثلاثينات 1939م من القرن العشرين ، مستفيدتان من الدراسات والتجارب العملية في مجالات الكهرباء ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، والتصوير الفوتوغرافي، والتصوير السينمائي ، كما تم إرسال أول الصور برقياً في عام 1904م.

وشهدت الثلاثينات من القرن العشرين عملية تنافس ضخمة بين الدول في مجال التليفزيون، ودخل الساحة إلى جانب الولايات المتحدة الأمريكية كل من فرنسا وبريطانيا وألمانيا وإيطاليا وروسيا ، حيث أجريت التجارب العديدة التي ساعدت على ظهور التليفزيون التجاري، والذي بدأت خدماته في بداية الأربعينات من القرن الماضي.

وبالنسبة للعالم العربي كانت المغرب أول دولة عربية تستخدم التليفزيون تجارياً وذلك في عام 1954م ، وتبعتها العراق والجزائر 1956م ، ثم لبنان 1959م ، مصر وسوريا 1960م ، الكويت 1961م ، السودان 1962م ، السعودية 1965م ، تونس 1966م ، الأردن وليبيا 1968م ، الإمارات العربية المتحدة 1969م ، قطر 1970م ، البحرين 1973م واليمن في عام 1975م.

وفيما يتعلق بالتليفزيون الملون فبدأت تجاربه منذ عام 1930م ، وبدأت تصنيع أجهزة التليفزيون عام 1954م، وفي منتصف عام 1955م أبتدأ عهد جديد من التطور والتوسع في التليفزيون الملون.

وفي هذه المرحلة انطلق أول قمر صناعي بواسطة الاتحاد السوفيتي عام 1957 م ، يحمل اسم Sputnik ، ويرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات إلى صباح العاشر من يوليو 1962م؛ وفي مسائه {تمت مشاهدة برنامج تليفزيوني في كل من أمريكا وبريطانيا وفرنسا في نفس الوقت، عن طريق بث أول قمر صناعي يستقر في الفضاء يسمى تلستارTelstar}(26) ، ثم تنطلق بعد ذلك أقمار الاتصالات شرقاً وغرباً،

وتبدأ تجارب البث التليفزيون المباشر عبر الأقمار الصناعية ، وتوظف الألياف البصرية (الضوئية ) Fiber Optics لنقل المعلومات ، ويخترع الفيديو ويطرح تجارياً في الأسواق ، وتظهر شرائط الفيديو ، وأقراص الفيديو ، ويتم توظيف الحاسبات الإليكترونية في عملية توصيل المعلومات إلى جانب عمليات التخزين والاسترجاع وتظهر شبكات المعلومات وبنوك المعلومات وغيرها.

وخلال هذه المرحلة تحدث تطورات مهمة في صناعة النشر المطبوع أهمها ، التحول شبه الكامل إلى نظم الجمع التصويري المعتمد على الحاسبات الإليكترونية ، واستخدام تقنيات الاتصال الحديثة في جمع المادة الصحفية من ميادين الأحداث، وتوصيلها إلى الصحيفة باستخدام أجهزة الفاكس ميلFax mail والحاسبات الإليكترونية وتوظيف أشعة الليزر ، ثم التحول شبه الكامل إلى طباعة الأوفست (الملونة ) مما يعني القضاء على مركزية إصدار الصحف.

وأبرز سمات التطور التكنولوجي الاتصالي في هذه المرحلة الآتي( 27):-

1- اختراع وسائل اتصالية جديدة غيرت من الوظائف التقليدية للوسائل القديمة ، وأوجدت لها وظائف جديدة ، فالراديو كوسيلة اتصال جديدة تخطى العقبات الموجودة أمام الصحافة ، ووصل إلى جمهوره في الداخل والخارج، دون الحاجة إلى الإلمام بالقراءة والكتابة ، فأصبح وسيلة للتربية والتسلية بجانب الأخبار ، مما أثر على وظيفة الصحافة، فجعل المجلات العامة والإخبارية تزدهر، وتتجه إلى التغطية التفسيرية ، ثم يأتي التليفزيون بعد الراديو ليستحوذ على الجمهور بالصوت والصورة والحركة ، ثم ظهر التليفزيون الملون والفيديو كاسيت.

2- إن وسائل الإعلام ساهمت في ظهور بعضها وتطويره من خلال الجهود العلمية والعملية ، فمن خلال تجارب اختراع التلغراف، تم الوصول إلى الهاتف ، ثم الإرسال الإذاعي والتليفزيوني ، وعمل المبرقات الكاتبة ، كما ساعد ظهور

الحاسبات الإليكترونية على تطوير نُظم صف الحروف، كما أدي ظهور الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات ؛ إلى مساعدة التليفزيون على تجاوز عوائق المكان والحواجز الطبيعية من خلال المحطات الأرضية الإرسال والاستقبال ، ثم البث المباشر فيما بعد.

3- إن وسائل الإعلام الجديدة لم تقض على الوسائل القديمة ، بل أن الوسائل القديمة استوعبت الجديدة وتطورت نفسها ، فالجرائد استوعبت الراديو إعلامياً ، والتليفزيون استوعب السينما و الحاسبات الإليكترونية مع توظيفها.

4- إن حجم المعلومات المتاحة قد زاد زيادة هائلة ، خاصة لمن تتوفر لهم فرص الحصول على التكنولوجيا الإتصالية الجديدة ؛ بسبب التطورات الراهنة في عمليات إرسال المعلومات واستقبالها، فهناك إلى جانب الكتب والجرائد والمجلات كمصادر تقليدية للمعلومات ، تجد الهاتف والتلكس Telex والفاكس ميل Fax mail ، والراديو والتليفزيون والفيديو ، ومرافق المعلومات التي تعتمد على الحاسبات الإليكترونية ، مثل بنوك المعلومات، وقواعد المعلومات وشبكات المعلومات.

5- إن الوسائل الإليكترونية أحدثت تغييراً كبيراً في توزيع الإدراك الحسي للجمهور ، كما عملت وسائل الإعلام الإليكترونية على تحقيق الاندماج والاقتراب والوحدة، وحولت العالم إلى قرية الإليكترونية أو قرية عالمية ، يعرف كل فرد فيها الأحداث في الوقت نفسه.

## المطلب الخامس

## المرحلة التفاعلية

بدأت هذه المرحلة من منتصف الثمانينات من القرن الماضي ومستمرة حتى الآن بدخول القرن الحادي والعشرين. وأبرز ملامح التطورات التقنية في هذه الفترة { المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية؛ تمتلكها أكثر من وسيلة ، لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة الإتصالية ، ويطلق عليها التكنولوجيا التفاعلية أو تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط }(28).

وبدأت المرحلة بتكنولوجيا النشر المكتبي Desktop Publishing الذي يعني استخدام الحاسبات الإليكترونية الشخصية في أداء عمليات النشر جمعياً ، بداية من نسخ النص الأصلي الذي كتبه المؤلف ، إلى المرحلة النهائية من طباعة هذا النص ، وتتكون معداته من حاسب الإليكتروني مزود بنهاية طرفية تضم لوحة مفاتيح وشاشة ، وحاسبة للحركة تعرف ( بالفأرة) ومساح ضوئي وآلة طباعة بالليزر.

وتتابعت بعد النشر الإليكتروني المكتبي Desktop Publishing، النشر الإليكتروني المتلفز Teletext والفيديو تكسVideotexوالبريد الإليكتروني Electronic Mailوالجرائد والمجلات الإليكترونية Electronic Papers التي أصبحت تطبع على أسطوانة مدمجةCD وتعرض للقراء على شاشة التليفزيون أو الحاسب الإليكتروني.

وعلى ضوء هذه التطورات التقنية تحول المنزل أو المكتب إلى مركز كامل للاتصالات يندمج فيه الهاتف والتلفزيون والحاسب الإليكتروني في نظام متكامل وهو ما يعرف ب (الإنترنت). كما تطور البث عبر الراديو وظهر ما يعرف ب(D.A.B ) Digital Audio Broadcasting ومعناه الإذاعة الصوتية الرقمية المباشرة . أما في مجال التلفزيون ، فظهر التلفزيون الرقمي Digital T.V وكذلك التلفزيون عالي الدقةHigh Definition T.V

والذي يتيح استخدام عشرات القنوات التلفزيونية التي تعمل على شاشات أوسع مع درجة وضوح عالية ، تعتمد على ما يزيد 1125خطاً أفقياً Horizontal Lines، بدلا من 525خطاً كما في التلفزيوني الأمريكي ، و 625خطاً كما في التلفزيون الأوروبي ، وكذلك يمكن استخدامه في إنتاج الأفلام السينمائية بطريقة الإليكترونية ، ثم ظهور التلفزيون التفاعلي Interactive T.V والذي يتمثل في الاستفادة من التلفزيون العادي وبرامجه ودمجها.

ويذكر الدكتور راكان عبد الكريم وآخرون في كتابهم (وسائل الاتصال) نقلاً عن كتاب (طرق البحث ووسائل الاتصال الجديدة ) لفردريك وليم إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تتسم بسمات ثلاث أساسية (29)هي:-

السمة الأولي: التفاعلية Interactivityحيث تعطي للمشاركين دوراً مؤثراً في عملية الاتصال بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل ويستطيع المشاركة الإيجابية في الاتصال.

السمة الثانية: اللاجماهيريةDemassificationحيث يمكن للمشارك أو الفرد الحصول على رسالة خاصة ( غير جماهيرية ) أو متميزة من الوسيلة الاتصالية مثلما يحدث في عملية الاتصال الشخصي.

السمة الثالثة: اللاتزامنية بمعني أنها أي عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للفرد مثل رسالة الفاكس ميلي أو البريد الإليكتروني حيث يمكن تصل الرسالة وتستقبل دون ضرورة لوجود المستقبل لها.

ويذكر الدكتور راكان أيضاً نقلاً من نفس المصدر السابق إن التأثيرات التي أحدثتها تطورات تكنولوجيا الاتصال في هذه المرحلة على المجتمع عامة ، وعلى أنظمة الاتصال خاصة ، تتمثل في الآتي(30):-

1- إن المعلومات كسلع أو منتجات أو خدمات قد أصبحت تحل محل البضائع المصنوعة والسلع والخدمات الأخرى في سوق الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول المتطورة في غرب أوروبا واليابان ، لهذا أطلق على هذه المجتمعات ( مجتمعات المعلومات) Information Societies.

2- الزيادة المطردة في عدد نوعية الأدوات والوسائل الإتصالية التي تعمل كنظم متكاملة ومنتشرة لتوصيل المعلومات ومواد التسلية إلى الجمهور.

3- إن الحاسبات الإليكترونية قد باتت تلعب دوراً متزايداً في كل صناعات الاتصال المطبوع والمسموع، والمسموع المرئي إلى جانب الاتصالات الرقمية.

4- زوال الفوارق الواضحة التي كانت تميز وسائل الاتصال الرئيسة كالجرائد والمجلات والتليفزيون والسينما ، فمعظمها في طريق شاشة التليفزيون أو الحاسبات الإليكترونية.

5- إن وسائل الاتصال الجماهيرية قد فقدت أو ألغيت جماهيرتها ، فقد تم تجزئة الجماهير كأفراد يحصل كل منهم على مزيد من الاختيارات الاتصالية ، ويمارس المزيد من السيطرة والتحكم في العملية الاتصالية وساعد على ذلك تغير طبيعة الجمهور من حيث الحجم والسمات الديموغرافية والعادات الاتصالية.

6- المزيد من تركيز مراكز الاتصال في أيدي عدد أقل من المؤسسات الاتصالية.

ومشروع المدن الإعلامية العربية الحرة لكي ينجح ؛ في حاجة ماسة للتطور التقني الحديث وتشكيل بنية تحتية تقنية متينة ، لأنه دون توفير كافة الامتيازات التقنية التي تسهل عمليات الحصول المعلومة و النشر والبث والتوزيع ، يستحيل جذب وسيلة إعلامية واحدة. كما أن هذه البنية التقنية تحقق أهدافاً كثيرة للمدن الحرة ، وخاصة الأهداف الاقتصادية ، في ظل ما يعرف باقتصاد المعلومة .

## ملخص

أهتم الإنسان بالاتصال منذ فجر التاريخ ، ولذلك تطورت أدوات وتقنيات الاتصال على يديه ليبني الحضارة الإنسانية ، وقد مرت وسائل الاتصال في رحلتها التاريخية لخدمة العمران بضروبه المختلفة بخمس مراحل.

1- المرحلة الأولي فهي الشفهية؛ المرتكزة على تطور اللغة فكانت أدواتها المناداة والشعر والرواية.

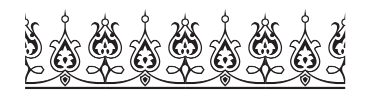
2- المرحلة الثانية فهي الكتابية؛ المرتبطة بمعرفة القراءة والكتابة ، وكانت أدواتها النقش علىالحجر وجدران المقابر وعلى الطين اللين ، ثم تطورت هذه الأدوات لتظهر الألواح الخشبية وسعف النخل ولحى الأشجار ، ثم لتستقر على الورق فتروج الوريقات الإخبارية وتزدهر تجارتها لأهميتها في نقل الأحداث ، وتنتشر الكتب المنسوخة ليتخلص العقل البشري من الحفظ في الذاكرة.

3- المرحلة الثالثة فهي المرحلة الطباعية؛ لتبدأ حقيقة واقعة ومفيدة جداً باختراع يوحنا جوتنبرج الطباعة 1436م ، لتكون أكثر الابتكارات تأثيراً على الإنسان ، ومن ثم على تطور وسائل الاتصال ، وتظهر الصحف والكتب المطبوعة لنقل الكم الهائل من المعلومات والأفكار والأخبار ليمكن التغلب على الزمن بالتسجيل والتدوين، والتغلب على المكان من خلال مرونة وبسرعة الحركة في النقل ، ولتحقق الشعبية الكاملة لتنداح الوسائل الاتصالية لكافة الناس.

4- المرحلة الرابعة فهي الإليكترونية ؛ تبدأ باكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والتلفون والفونوغراف ، لتظهر السينما صامتة 1895م ، ويستخدم مار كوني 1896م الاتصال اللاسلكي لأول مرة في التاريخ ليحقق انتقال الصوت لمسافات بعيدة بدون استخدام أسلاك ليعلن بداية الإذاعة (الراديو) ، ثم ظهر التلفزيون ، وبعده الأقمار الصناعية ، وتبدأ تجارب البث المباشر

عبر الأقمار ، وتوظف الألياف الضوئية (Fiber Optics) لنقل المعلومات ، ويخترع الفيديو ، وتظهر شرائط الفيديو ، وتوظف الحاسبات الإليكترونية في عملية توصيل المعلومات إلى جانب التخزين والاسترجاع ، وتظهر شبكات وبنوك المعلومات ، أجهزة الفاكس ميلي وأشعة الليزر وطباعة الأوفست.

5- المرحلة الخامسة فهي المرحلة التفاعلية أو تكنولوجيا الاتصال المتعدد الوسائط Multi Media التي تعني المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية؛ تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف في توصيل الرسالة الاتصالية ليظهر الناشر المكتبيDesktop Publishing والفيديو تكس Videotexوالتليتكست Teletext والبريد الإليكترونيE-Mail والجرائد والمجلات الإليكترونية E.Papers والاتصال المباشر بقواعد البيانات وعقد المؤتمرات عن بعدTeleconferencing . ويظهر التليفزيون بأشكال متنوعة ويتطور البث من التماثلي Analogueإلي الرقمي Digital. ثم يتحول المنزل أو المكتب إلى مركز كامل للاتصال تندمج فيه كل الأجهزة الحديثة ، ويبدأ استعمال المساعد الشخصي الإليكتروني لتزول الفوارق بين وسائل الاتصال الرئيسة لتصبح مسموعة ومرئية ولتزداد نوعية الأدوات والوسائل الاتصالية التي تعمل كنظم متكاملة ومنتشرة لتوصيل المعلومات، ولتلغي جماهيرية وسائل الاتصال ليحصل الفرد على المزيد من الاختيارات الاتصالية.



# مصادر ومراجع المبحث الأول


(1) راكان عبد الكريم وآخرون – وسائل الاتصال- [الرياض ، دار زهران للنشر والتوزيع ، ط2 .1994م] ص115.

(2) سورة البقرة (31) .

(3) سورة البقرة (33) .

(4) سورة البقرة (32) .

(5) عبد الرحمن بن خلدون - مقدمة ابن خلدون - [ بيروت ، دار صادر، 1966م] ص24.

(6) جيهان أحمد رشتي- الأسس العلمية لنظريات الإعلام - [ القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1975م] ص 349 .

(7) المرجع نفسه ص 349 .

(8) مكي محمد مكي - رسالة ماجستير غير منشورة عن معايير انتقاء الأخبار في الصحافة السودانية [ جامعة أم درمان الإسلامية ، 1998م ] ص 14.

(9) خليل صابات - وسائل الاتصال نشأتها وتطورها – [ القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط7 ، 1996م] ص18.

(10) نايف بن ثنيان آل سعود – تكنولوجيا الاتصال وأثرها في تطور وسائل الإعلام وتبادل المعلومات [الرياض ، دار سفير للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2002م ] ص25 .

(11) راكان عبد الكريم وآخرون : [1994] مرجع سابق ص 116.

(12) حسن مكاوي - تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات – [ القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط2 ، 1997] ص42 .

(13) خليل صابات : [1996م] مرجع سابق ص9 .

(14) نايف بن ثنيان آل سعود : [ 2002م ] مرجع سابق ص27 .

(15) خليل صابات : [ 1996م ] مرجع سابق ص 10 .

(16) المرجع نفسه ص 10 .

(17) على محمد شمو– الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة - [ القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 1999م ] ص 78 .

(18) راكان عبد الكريم وآخرون : [ 1994م ] مرجع سابق ص117

(19) خليل صابات : [ 1996م ] ص31 .

(20) جيهان أحمد رشتي : [ 1975م ] مرجع سابق ص350 .

(21) نايف بن ثنيان آل سعود : [ 2002م ] مرجع سابق ص 31 .

(22) جيهان أحمد رشتي : [ 1975م] مرجع سابق ص ، ص 350 -351 .

(23) راكان عبد الكريم وآخرون : [ 1994 م] مرجع سابق ص 119 .

(24) Head ، Sydney W.Broadcasting in America Boston(Houghton Miffin Co. ،1976)p.84

(25) Gamble ، MichealW. ،and Gamble ، TeriKwal. ،Introducing Mass Communication (USA: Mc Grow-Hill ،Inc. ،1986) p.136.

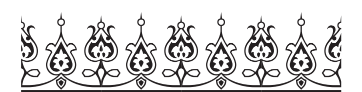
(26) حسن مكاوي : [1997م ] مرجع سابق ص 99.

(27) راكان عبد الكريم : [ 1994 م] مرجع سابق ص، ص 120 - 121 .

(28) المرجع نفسه ص، ص 122- 123 .

(29) المرجع نفسه ص 125 .

(30) المرجع نفسه ص ، ص 125 -6 12.



# المبحث الثاني

# نشأة وتطور الأقمار الصناعية

**1. المطلب الأول :مفهوم ونشأة الأقمار الصناعية.**

**أ. أنواع المدارات .**

**ب. أنواع المحطات الأرضية .**

**2. المطلب الثالث :تطور الأقمار الصناعية .**

**أ. المنظمات الدولية للأقمار للاتصالات.**

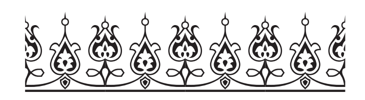
**ب. البث المباشر.**

**3. المطلب الثالث: الراديو الفضائي**

**4. المطلب الرابع : الإنترنت بالأقمار الصناعية**

**5. ملخص.**

**6. مصادر ومراجع المبحث الثاني.**



## المطلب الأول

## مفهوم ونشأة الأقمار الصناعية

أورد عدد من الخبراء و الكتّاب والباحثين في مجال تكنولوجيا الفضاء تعريفات كثيرة حول مفهوم القمر الصناعي أو الاصطناعي ، فعرفه[ لاري بلونشتين ]Larry Blonstein بأنه؛ {جهاز ترداد للموجات الكهرومغناطيسية القصيرة جداًMicrowave Repeater يتم تثبيته في مكان ما على ارتفاع 22ألف ميل فوق سطح الأرض }(1).وهو يقصد قمر الاتصالات.

وعرفته دكتور انشراح الشال بأنه { محطة ترحيل وسيطة لها مدار ثابت في الفضاء وبإمكانها استقبال الموجات القصيرة جداً المرسلة من محطة أرضية وإعادة إرسال هذه الموجات بعد تقويتها إلى محطة أخرى أو إلى هوائيات استقبال البث المباشر والتي قد تبعد من محطة الإرسال بآلاف الكليومترات}(2). هذان التعريفان يعتريهما النقص والعيب لأنه ليس من الضروري أن يكون القمر على مدار ثابت ، كما نفصل لاحقاً.

ولكن أشمل وظيفة وأعم وأدق هذه التعريفات حول أقمار الاتصالات ما توصل إليه البروفيسور على محمد شمو حين قال؛ {القمر الصناعي Artificial Satellite أو التابع الفضائي Space Satellite هو جرم مصنوع يطلق من الأرض إلى الفضاء الخارجي ليدور مع الأرض أو حول الأرض لإرسال معلومات مفيدة تتلقاها مراكز استقبال لتضعها تحت تصرف الجهات التي أطلقت القمر .. أو تلك التي يسمح لها مطلقو القمر بموجب اتفاق خاص باستخدام تلك المعلومات .. وهو أيضاً واسطة تنقل معلومات مفتوحة أو مشفرة بغرض الاستقبال المفتوح أو المكود لكل من يريد الاستفادة منها}(3).

وقد مرت الأقمار الـصناعية في نـشأتها ؛{بـثلاث مراحـل علميـة }(4) . تمثلـت المرحلـة الأولي في تطوير العلماء الألمان لسلاح الصواريخ بعد الحرب العالمية الأولي كتعويض للمنع الذي ألزمته اتفاقية ( فرساي ) على ألمانيا في مسألة تطوير أسلحتها التقليديـة ، فكـان تفكيرهـا في هـذا النـوع مـن الـسلاح حماية لأمنها القومي ، والمهاجمة به من مسافات بعيدة في حالة نشوب أي نزاع.

فتكللت جهود العالمان بروان وهيرمان بالنجاح من خلال نشاطهما في الجمعيـات العلميـة الفكرية الفضائية من ؛{إنتاج صاروخ يعمل بالوقود السائل عام 1931م}(5). ونتيجة لأهميـة هـذا الإنتاج الجديد استمالت المؤسسة العسكرية الألمانية هؤلاء العلماء ، {فاستطاع بروان وزملاءه وفي إطار المؤسسة العسكرية الألمانية تـصميم الـصاروخ (V-2)الـذي يعمـل بـالوقود الـسائل في 1942م }(6)، وكان قبل ذلك قد نجح في تطوير الصاروخ (V-1 ) ، وقد أنتجت ألمانيا خـلال فـترة الحـرب العالمية الثانية من هذه الصواريخ خمسة آلاف صاروخ وأطلقت الدفعـة الأولي منهـا عـلى جنـوب إنجلترا في سبتمبر 1944م . وهذا الاختراع التكنولـوجي الجديـد كـان بمثابـة دافـع ومحفـز لكـل العلماء للدخول فيه.

أما المرحلة الثانية بدأت في ديسمبر 1945م عندما طرح المهندس البريطاني ( آرثر كـلارك ) – الذي اشتهر بوصفه كاتباً علمياً – { فكرة إمكـان اسـتخدام الأقـمار الـصناعية للترحيـل وكمحطـات إذاعية}(7) ، وعبر عن هذه الفكرة في مقال كتبه بعنـوان (EXTRA TERRESTRIAL RELAYS) بمجلـة عالم اللاسلكي (WIRELESS WORLD) حيث حـدد الخطـوط العريـضة للاتـصال عـبر الفـضاء، فأشـار في مقالـه ؛{ إلى أن الوقـت الـذي يمكـن أن يـستغرقه دوران القمـر الـصناعي المثبـت عـلى بعـد 22000ميل ( 35680كليو متر) فوق خط الاستواء يعادل تقريباً [24] ساعة لوجـود علاقـة ضـمنية محددة بين الـزمن /الـسرعة / الارتفـاع ، أي أن سرعـة القمـر الـصناعي في مـساره الـدائري تـرتبط مباشرة بمـدى ارتفاعـه عـن الأرض، أو بأسـلوب أدق بطـول المـسافة العموديـة بينـه وبـين مركـز

جاذبية الأرض، إذ كلما ارتفع القمر الصناعي إلى مستوى أعلى تنخفض قوة جاذبية الأرض بالنسبة له }(8).

ويتضح من ذلك المقال أن وضع القمر على خط الاستواء ، ثم تزامن سرعته مع سرعة دوران الأرض ليبدو ثابتاً للشخص الموجود في منطقة محددة من الأرض؛ يمكن استخدامه باستمرارية في مجال الاتصالات ذلك من خلال ؛{ توجيه الصحن الهوائي DISH نحو القمر الصناعي وتثبيته في ذلك الاتجاه}(9).

وقد توصل كلارك في مقاله السابق الذكر لنظرية تتمثل في ؛{وجود ثلاثة أقمار صناعية على خط الاستواء( الثابت)؛ تمكن الفرد مشاهدة أحد هذه الأقمار بصفة دائمة من أي نقطة فوق سطح الأرض }(10) ، وبهذه الطريقة يمكن للأقمار الصناعية أن تغطي سطح الأرض بصورة كاملة وشاملة.

أما المرحلة الثالثة بدأت عام 1947م عندما أزاح دكتور وليام سو كليWilliam Stockley - الذي يعمل في معامل شركة ( بل للتلفونات ) Bell Telephone Lab - الستار عن اكتشاف جديد ، حين ؛{ عرض على زملائه ، ما أسماه تأثير الترانستور} (11). وهذا الاكتشاف الجديد يستخدم عوضاً للصمامات المعروفة بThermo ionic Vacuum Tubeالكبيرة الحجم ذات الاستهلاك الكبير للطاقة والقابلة للكسر، وشكل المخترع الجديد؛ { بداية عهد جديد في مسيرة الإلكترونات}(12).

وبعد ثلاث سنوات من الاكتشاف الجديد ؛ تم بناء شريحة صغيرة تحمل عدداً من هذه الترانسستورات مما ؛ { فتح الباب أمام ما يسمي بالدائرة المتكاملة Integrated Circuit ويشار إليها اختصاراً ب(IC) ، وبالتالي فقد ظهرت احتمالات جديدة لبناء أجيال من الأجهزة والمعدات الإلكترونية . . الأمر الذي أذن بميلاد صناعة جديدة هي صناعة الإلكترونات Electronics}(13) ، وبفضل هذه الإلكترونات الجديدة انفتح الباب أمام صناعة الأقمار الصناعية وتوابعها.

فهذه المراحل العلمية الثلاث تكاملت فيما بينها لتصبح الأقمار الصناعية حقيقة واقعة ، ولتعلن بداية حضارة جديدة تستخدم الفضاء الخارجي Outer Space وتجعل العالم قرية واحدة، تنتفي فيها الحدود والسدود الجغرافية ، وتغدو صناعة الإعلام كغيرها من الصناعات الثقيلة تحتاج لرأس المال الضخم والكادر المؤهل المدرب ، والقوانين المنظمة للعمل والاستثمار ، والاتفاقات التي تحكم الإنتاج والتوزيع.

أما عصر الفضاء بدأ في الرابع من أكتوبر 1957م حين أطلق الاتحاد السوفيتي (سابقا ) سبوتنك واحد Sputtnik1 أول قمر صناعي يدور حول الأرض 16مرة كل 24ساعة واستمر لمدة ثلاثة شهور ، وكان الدافع الحقيقي لهذا الإنجاز خشية الاتحاد السوفيتي من القوة الأمريكية أبان الحرب الباردة بين الدولتين إلا أن ؛{الإنجاز كان تحدياً لأمريكا وتهديداً لأمنها القومي}(14).

ولذلك لجأت الولايات المتحدة الأمريكية للرد والمواكبة ، فكون الرئيس الأمريكي أيزنهاور في نفس العام لجنة علمية تحت إشرافه؛ لوضع استراتيجية لولوج الولايات المتحدة الأمريكية عصر الفضاء ، فتمكنت من إطلاق أول قمر صناعي 1958م باسم سكورScore . ثم أطلقت القمر كوريرCourier في عام 1960م وفي نفس العام أطلقت قمريين أخريين هما أيكو واحدEcho1وأيكو أثنين Echo2، ولكن هذه الأقمار بما فيها القمر السوفيتي كانت سالبة بمعني أنها تعكس ؛{ الإشارة المرسلة إليها من الأرض إلى الأرض، دون إمكانية استقبالها وتكبيرها؛ وإعادة بثها إلى الأرض كما تفعل الأقمار النشطة Active Satellite ولكنها على أية حال كانت خطوة إلى الأمام في إنجاز مرحلة هامة في الصعود إلى الفضاء الخارجي}(15).

ويرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية للاتصالات إلى 10يوليو 1962م حين أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية القمرين النشيطين تلستار واحد Telestar1، و تلستار أثنينTelestar2 وتمكنا في نفس مساء اليوم من بث برنامج تليفزيوني تمت مشاهدته في

الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا في وقت واحد {وكان القمران يدوران حول الأرض مرة كل 157دقيقة من على مدار منخفض}(16).

وقد تم الاتصال بالقمر (تلستار) عن طريق إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمريكية ، ومن ثم تكبير هذه الإشارات عشرة ملايين مرة من جانب القمر الصناعي قبل إعادة بثها على الأرض؛ حيث تستقبلها هوائيات استقبال في كل من إنجلترا وفرنسا . واستمرت هذه الخدمة لأقل من ساعة واحدة ؛ لتحرك القمر الصناعي بعيداً عن خط النظر الوهمي الذي ترسل له الإشارات من الأرض ، وعلى الرغم من هذه الطريقة البدائية ؛{ تسبب إطلاق القمر تلستار في فتح المجال أمام انتشار التلفزيون الدولي من خلال امتزاج تكنولوجيا الأقمار الصناعية بتكنولوجيا الإذاعة }(17).

ويؤرخ لعصر التلفزيون الدولي بنقل وقائع الدورة الأولمبية التي أقيمت في طوكيو عام 1964م إلى أنحاء العالم عبر القمر الصناعي ( تلستار ) . وإن كان هذا التفوق التقني في نوعية الأقمار يحسب لصالح الولايات المتحدة الأمريكية ، إلا أنها {عجزت عن مجاراة الاتحاد السوفيتي في إمكانية الإطلاق من حيث الوزن الذي تتحمله صواريخ الإطلاق السوفيتية والذي بلغ 1100رطل وهو وزن ثقيل حتى بمعايير اليوم}(18).

أما المرحلة الثانية في إطلاق الأقمار الصناعية والمتمثلة في الوصول إلى المدار المتزامن؛ فقد اجتهدت الدولتان العظميان إلى الوصول إلى ذلك . فبذل مهندسو شركة Hughes Aircraft بالولايات المتحدة الأمريكية جهوداً كبيرهم منذ فبراير 1963م في إطلاق أول قمر متزامن وانتهت المحاولة بالفشل في إطلاق القمر الصناعي ( سيكنوم واحد) Syncom1 ، ثم كانت المحاولة الثانية في يوليو من نفس العام بإطلاق القمر (سيكنوم أثنين) Syncom2 والتي تمت بنجاح واستقر القمر على ارتفاع 22300ميل من سطح الأرض فوق المحيط الأطلنطي وخط الاستواء ، أما الاتحاد السوفيتي فقد أطلق القمر مولينا (Molniya ) عام 1963م ولكن فشل في الوصول إلى المدار المتزامن.

وبما أن المدار هو مسار القمر الصناعي حول الأرض ؛ قامت الدول المتنافسة بتقسيم مناطق النفوذ في مدارات الفضاء خاصة فيما يتعلق بالمدار الاستوائي الثابت المخصص لأقمار البث الإعلامي. فقسم الاتحاد الدولي للاتصالات(I TU) مداراته إلى قطع دائرية ، خُصصت للدول بحسب قدراتها التكنولوجية والاقتصادية ، و المدار يأخذ أشكالاً مختلفة . ويتحدد اختيار المدار حسب المهمة المطلوبة من القمر الصناعي ، فإذا كانت مهمة القمر إعلامية على الدولة المطلقة للقمر أن تلتزم بالقطعة الدائرية المخصصة لها ، أما إذا كانت المهمة غير ذلك ، فالفضاء مفتوح لكل من يرغب في استثماره.

**أ- أنواع المدارات**

وتنقسم المدارات إلى الآتي:

1- المدار الدائري الاستوائي الثابت بالنسبة للأرضGeostationary Orbits

يقع هذا في المستوي الاستوائي للأرض، وهو المستوي العمودي على محور الأرض. وفي هذا النوع من المدارات يكون القمر الصناعي ثابتاً بالنسبة للأرض ، وبالتالي فإن القمر الصناعي يظل فوق نقطة معينة فوق سطح الأرض دائماً ، ولذلك تستخدم هذه الأقمار في أغراض الاتصالات والبث الإعلامي.

ويرجع سبب ثبوت القمر بالنسبة للأرض ؛لأن سرعة القمر الصناعي في المدار الدائري تتناسب عكسياً مع ارتفاع المدار عن سطح الأرض ، فكلما زاد ارتفاع المدار عن سطح الأرض تقل سرعة دورانه حول الأرض حتى تصل إلى ارتفاع 36000كيلو متر عن سطح الأرض حيث تكون سرعة دوران القمر الصناعي في المدار مساوية تماماً لسرعة دوران الأرض حول نفسها، وبالتالي يظل ثابتاً بالنسبة للأرض.

وتتم عملية إطلاق القمر الصناعي إلى مداره الدائري الاستوائي الثابت بالنسبة للأرض على عدة مراحل. فتبدأ عملية الإطلاق باستخدام صاروخ يقوم بوضع القمر

الصناعي في مدار دائري قريب من الأرض ، يتراوح ارتفاعه من أقل من 500 كيلومتر إلى ما يزيد على 1000كيلو متر. بعد استقرار القمر الصناعي في هذا المدار القريب من الأرض تقوم أجهزة الدفع الموجودة داخل القمر الصناعي نفسه بإعطاء دفعة قوية للقمر الصناعي ، تنقله من هذا المدار الدائري القريب إلى مدار بيضاوي ( أقل ارتفاع له المدار الدائري القريب وأقصي ارتفاع له 36000كم) وبعد استقرار القمر الصناعي في هذا المدار البيضاوي ، تقوم أجهزة الدفع مرة أخرى بإعطاء دفعة أخرى للقمر الصناعي تنقله من المدار البيضاوي إلى المدار الدائري الاستوائي.

**2- المدارات الدائرية المنخفضة الارتفاع** Low Earth Orbits

يتميز هذا النوع من المدارات؛ بأن سرعة دوران القمر الصناعي أكبر من سرعة دوران الأرض حول نفسها، وبالتالي فإن القمر لا يثبت فوق مكان بعينه على سطح الأرض، وإنما يمر فوق هذا المكان كل فترة معينة يتم اختيارها وتحديدها أثناء تصميم مهمة القمر الصناعي. والمدار المنخفض هو مادون الـ 2000 كيلو متر من الأرض، ولكن عادة ما توضع الأجرام الفضائية ما بين 150 إلى 2000 كيلو متر، وتستخدم الأقمار الصناعية التي تدور في هذه المدارات في أغراض تصوير الأرض للاستشعار عن بعد أو للتجسس أو للأبحاث العلمية.

**3- المدارات البيضاوية** Elliptic Orbits

تتميز هذه المدارات أنها قريبة من سطح الأرض على ارتفاع يبدأ من 200كم، حتى تصل إلى أقصي ارتفاع يبلغ عشرات الألوف من الكيلومترات . وخلال هذه المدارات يطير القمر الصناعي في مدار بيضاوي الشكل، يقع مركز الأرض في إحدى بؤرتي هذا الشكل البيضاوي ، فيكون القمر قريباً من سطح الأرض ثم يأخذ في الارتفاع أثناء سيره في المدار حتى يصل أقصي ارتفاع له.

وتستخدم مثل هذه المدارات لأغراض مختلفة ، مثل الاتصالات كما لاحظنا ذلك في الحديث عن المدار الاستوائي الثابت ، حيث تم استخدام المدار كمدار انتقالي ينتقل القمر الصناعي منه إلى مدار ذي ارتفاع أعلي.

ويعتمد نظام تشغيل القمر الصناعي على إطلاق مركبة فضائية - من خلال صاروخ يتجه إلى الفضاء - إلى مسافة 22500ميل فوق سطح الأرض ، ويوضع داخل القمر الصناعي جهاز للإرسال والاستقبال Transponder حيث يقوم هذا الجهاز باستلام الوصلة الصاعدة Up Link من المحطة الأرضية Earth Station ثم يقوم بتقوية هذه الإشارة حوالي عشرة ملايين مرة قبل أن ترتد إلى أ سفل باتجاه الأرضDown Link حيث المنطقة الجغرافية التي يغطيها الإرسال.

وقد سارعت الولايات المتحدة الأمريكية بعد نجاح تجربتها في الوصول إلى المدار الثابت أو المتزامن وخاصة بعد إنشاء المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية (INTELSAT) The International Telecommunication Satellite Consortium للسيطرة على الاتصالات الفضائية وتطوير الاتصالات الدولية - حيث تأسست المنظمة بتوقيع اتفاقيتين دوليتين من جانب أربع عشرة دولة لتصل إلى 187دولة عام 1994م- فأطلقت الولايات المتحدة الأمريكية القمر الصناعي الطائر المبكر Early Bird في أبريل 1965م – وكان ذلك على حساب الكومسات Communication Satellite corporation وبعد فترة وجيزة تجريبية حتى 28يونيو 1965 تغير اسم الطائر المبكر إلى انتلسات واحد INTELSAT1– وهو قمر متزامن فوق خط الاستواء محاذياً للساحل البرازيلي ليحقق الربط بين الولايات المتحدة وأوروبا.

وفي عام 1967م تم إطلاق الجيل الثاني من أقمار تلستار أثنين أو الطائر الأزرق Blue Bird وهو متزامن فوق المحيط الهادي ليربط بين الولايات المتحدة الأمريكية والجزء الباسفيكي الآسيوي.

وفي الفترة من 68-1970م وخاصة عام 1969م تم إطلاق الجيل الثالث من أقمار تلستار ثلاثة فوق المحيط الهندي ؛ وبذلك{اكتمل عقد النظام الدولي للأقمار الصناعية لأول مرة وذلك بإطلاق هذه الأقمار الثلاثة وهي التي قال عنها ( كلارك) عام 1945م إنها يمكن أن تحقق ترابطاً دولياً من خلال موقعها في الفضاء على ارتفاع 22300ميل خاصة إذا علمنا أن القمر من هذا الارتفاع يستطيع نظرياً تغطية 42، 04% من الكرة الأرضية}(19).

وظهر الجيل الرابع من أقمار انتلسات بين عامي 1971- 1973 والذي أضاف تكنولوجيا جديدة {يطلق عليها اسم Beam Separation وتعني زيادة مقدرة أقمار الاتصال على نقل المعلومات من الأقمار الصناعية وإليها}(20)، وخلال الثمانينات تم إطلاق الجيل الخامس وفي التسعينات من القرن الماضي تم لإطلاق الجيل السادس وكلها أقمار متطورة ، واستمر إطلاق الأقمار في الألفية الجديدة.

وتكون الاستفادة من خدمات الأقمار الصناعية عبر محطات أرضية معدة ومجهزة خصيصاً للقيام بعملية الاتصال عبر الأقمار الصناعية . وبفعل التقدم التكنولوجي تطورت المحطات الأرضية التي يستعان بها للبث عبر الأقمار الصناعية والاستقبال منها من نواح متعددة.

**ب- أنواع المحطات الأرضية**

وهناك نوعان من المحطات الأرضية التي تتعامل مع نوعين من الأقمار الصناعية المستخدمة الاتصالات.

1- محطات عملاقة للإرسال والاستقبال من نقطة إلى نقطة .Point to point

2- محطات للاستقبال فقط TV Receive Only. TVRO

أما بخصوص النوع الأول: فالمقصود بالمحطات العملاقة ، هي المحطات ذات الهوائي العملاق الذي يصل قطره ذي الشكل الدائري المقعر إلى 32متراً و يتراوح ارتفاعه من 30إلي 100متر ويزن 300طن . وهذا النوع من الهوائي يتعامل مع قمر صناعي واحد، ويرسل عبره ، ويستقبل عبره أيضاً ، ويرسل إلى محطة أخري ويستقبل منها عبر هذا القمر الصناعي ، ولذلك سمي [ أقمار الاتصال من نقطة إلى نقطة ]From Point to Point حيث المحطة في هذه الحالة مزودة بواصلة صاعدة وأخرى هابطة [Up Link & Down Link] للإرسال الاستقبال عبر القمر الصناعي . وهذا النوع من المحطات الأرضية يؤمن الخدمات التقليدية للاتصال؛ أهمها الهاتف والتلفزيون والتلكس والتلغراف إلى جانب طباعة الصحف عن بعد وغيرها من الخدمات.

أما النوع الثاني: محطات الاستقبال TV Receive Only(TVRO) فهي محطات ذات هوائي صغير ظهرت نتيجة للتطور الذي حصل في تقنية الأقمار الصناعية التي أصبحت مزودة بقناة وأكثر غزيرة الإشعاع High Poner Transponder، وهي تستقبل الإشارات المرسلة من عدة أقمار في مدارات مختلفة في وقت واحد ، ويتم ذلك يدوياً أو من خلال التحكم عن بعد بتوجيه الهوائي للقمر المراد التقاط البث منه وهي الطريقة التي يشيع استخدامها اليوم على سطوح المنازل.

و أفرز هذا التنافس بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي سابقاً بعداً في فهم وتقدم تقنية إطلاق الأقمار بالصواريخ أو المركبات ، وكذلك في مسألة تصميم الأقمار وتوسيع طاقاتها في خدمات الاتصال.

وكان هناك تحرك آخر بين الدولتين العظميين في المنافسة في احتكار التقنيات المتعلقة بالأقمار الصناعية كالصواريخ والمحطات الأرضية ومراكز المراقبة . وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في هذا المجال رغم إن الاتحاد السوفيتي سابق لها عندما أطلق قمره اسبوتنك واحد.

فالولايات المتحدة الأمريكية تمتلك اليوم عدداً من الصواريخ لإطلاق الأقمار الخفيفة الوزن ، وصاروخان في مجال الأقمار الكبيرة ( أقمار الاتصالات ) هما أطلس، ودلتا ، بينما للاتحاد السوفيتي له صاروخ واحد (بروتون )، ولفرنسا (ايريان )، ولصين (المسيرة الكبرى )، وللولايات المتحدة الأمريكية خمس مركبات ، تتمثل في كولومبيا كأول مكوك يدخل مدار الأرض عام 1981م- تفجر في فبراير 2003م في الرحلة28- ثم تشالنجر انطلق في عام 1982م ولكنه تفجر عام 1986م، وحل محله ( انديفر) الذي انطلق 1991م، وديسكفري عام 1983م واتلانتس عام 1985.

وقد وضعت روسيا عام 1997م خطة لإطلاق الأقمار الصناعية بواسطة الطائرات؛ تشارك فيها شركة ايرلونش وأكثر من عشر شركات روسية وأوكرانية من بينها شركة أينير جبا التي بنت محطة مير الفضائية ، إضافة لمكتب انتو نوفللتصماميم الأوكراني ، حيث يقول اناتوليكاربوف الرئيس التنفيذي لخطوط بوليت الروسية للشحن الجوي في حديث لجريدة البيان الإماراتية الصادرة في 20أبريل 2000م [ إنه تبعاً للخطة التجارية فأن أول عملية تمت عام 2003م ، وبعدها ببضع سنوات ستتمكن من تنفيذ خمس إلى ثمان عمليات إطلاق أسبوعياً ، ويقول إن عملية الإطلاق للأقمار تكون على متن صواريخ يتم إطلاقها من الطائرات ؛ حيث يتم نقل الصاروخ الحامل للقمر الصناعي إلى الجو على ارتفاع يقارب العشرة كيلو مترات بواسطة أضخم طائرة شحن في العالم ، وهي الطائرة الروسية انتو نوف 124روسلان ، ويتم بعد ذلك إسقاط الصاروخ من الطائرة لتقوم المظلات بتثبيته في الجو قبل إشعال محركاته وهو في الجو ، ويشير إلى أن الفكرة تكمن أهميتها في أنها تقلل كثيراً من تكلفة وضع القمر الصناعي على مداره باعتبارها تلغي الحاجة للمرحلة الأولي من إطلاق القمر التي تستهلك قدراً هائلاً من الوقود والتي تقوم بدفع الصاروخ عن سطح الأرض] .

وفي الجانب الآخر وفقاً لنفس العدد من جريدة البيان الإماراتية ؛ ذكرت شركة بوينج الأمريكية في بيان لها أنها بدأت منذ مارس 2000م دراسة تطوير فكرة مماثلة للفكرة الروسية في إطلاق الأقمار الصناعية عبر الطائرات تعتمد على طائرات ( جامبو 74 النفاثة ) ، ويذكر أنه يتوفر حالياً في الولايات المتحدة الأمريكية نظام إطلاق جوي عبر الطائرات يدعي ( بيجاسوس) يتعامل مع الأقمار صغيرة الحجم.

وتمتلك الولايات المتحدة الأمريكية أهم القواعد التي تستخدم في إطلاق الصواريخ القاذفة للأقمار الصناعية متمثلة في محطة كيندي( كيب كانافيرال سابقا ) بولاية فلوريدا على الساحل الغربي للأطلنطي في جنوب شرق الولايات المتحدة . أما بنسبة للمحطات الأرضية تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية متقدمة مقارنة بالاتحاد السوفيتي لإنشائها العديد من المحطات منذ بدأ برنامجها الفضائي ، فشيدت أول محطة أرضية عام 1962م في ( أند وفر ) على الجانب الشرقي بهدف الاتصال عبر القمر الذي يقع في منطقة الأطلنطي ، والذي يربط ما بين الولايات المتحدة الأمريكية وأمريكا الجنوبية ، وما بين أوروبا وأفريقيا ، و استخدمت هذه المحطة مع القمر ( تلستار )، وتلي ذلك إنشاء محطات أرضية أخرى في أمريكا منها محطة في (أيوا) ، وأربع في( كاليفورنيا) ، ومحطتان في (تكساس)، وواحدة في ( نيويورك)، وخمس في (نيوجرسي)، وواحدة في (جو رجي) وأخرى في ( ماريلاند )وفي (ماساشوست) . بخصوص مراكز المراقبة تمتلك ا لولايات المتحدة مركزين أحدهما بالقرب من واشنطن والآخر في هاواي يتحكمان في متابعة الأقمار ومراقبتها بعد إطلاقها ومتابعة عملية تحويلها إلى مدارها إذا انحرفت.

## المطلب الثاني

## تطور الأقمار الصناعية

ويقصد بتطور الأقمار الصناعية تطورها من حيث البث وتنظيمه ، لما لهما علاقة مباشرة مع الدراسة ، ولذا يكون التركيز على الآتي:-

(أ) المنظمات الدولية للأقمار الصناعية للاتصالات.

(ب) البث المباشر

**(أ) المنظمات الدولية للأقمار الصناعية للاتصالات**

توالت مسيرة الأقمار الصناعية في تقدمها من النواحي البث والتنظيم، فظهرت العديد من المنظمات الدولية المعنية بتنظيم الاتصالات ، فكانت المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات (انتلسات ) ومنظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية ( انترسبونيك ) والمنظمة الدولية لأقمار الاتصالات البحرية (انمارست)، إضافة إلى بعض المنظمات الإقليمية مثل منظمة أقمار الاتصال الأوروبية ( يتلسات ) و المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية( عربسات) وغيرهما.

ولكن سوف يكون التركيز في هذه الفصل من الدراسة على منظمتين إحداهما دولية والأخرى إقليمية – أما عربسات ستتم دراستها في الفصل الثالث - وهما (انتلسات) و( يتلسات) وذلك لسبب، واحد تشترك فيه المنظمتان . حيث أن هاتين المنظمتين تسمحان لعدد من المحطات الفضائية العربية المنطلقة من داخل الوطن العربي أو المهاجرة التي ترقب المدن العربية الحرة في استضافتها ؛ إضافة إلى القنوات الأجنبية الموجهة إلى العالم العربي؛ إرسال برامجها وخدماتها من خلال أقمارهن. فكان من الضروري التعرف عليهما ، وعلى نظام عملهما.

### [1] المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار ( الانتلسات ) ( INTEL-SAT)

The International Telecommunication Satellite Consortium

نشأت المنظمة الدولية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية بعد توصية من الكونغرس الأمريكي عام 1961م تدعو لقيام نظام دولي للاتصالات الفضائية يخضع للولايات المتحدة الأمريكية يقوم بإطلاق أقمار اتصالات على شكل شبكة لتغطية الكرة الأرضية للأغراض التجارية.

وفي 13 أغسطس 1962م خول الكونغرس الإدارة الأمريكية تأسيس شركة الاتصالات بالأقمار الصناعية ( كومسات)(COMSAT) Communication Satellite Corporation كشركة أمريكية ذات شخصية قانونية لتشغيل ولإطلاق الأقمار الصناعية التجارية ، تجمع بين الحكومة كقطاع عام والمصالح التجارية كقطاع خاص .

والتقي في يوليو 1964م بواشنطن؛ ممثلون عن الحكومات والمؤسسات الإتصالية السلكية واللاسلكية في العالم للمشاركة في المؤتمر الدولي الذي كان يرمي إلى إبرام اتفاقية لنظام عالمي تجاري لأقمار الاتصالات ، وقد انتهي ذلك المؤتمر إلى قرار اتفاقية لإنشاء النظام المقترح باتفاق موقع من 11 دولة ، وفي أغسطس 1964م تم التصديق عليه وأعلن تأسيس منظمة (الانتلسات ) ، وأصبحت أقمارها تشكل نظاماً عالمياً ، {و بدأت العمل بصفتها الدولية 1973م مع مولدها }(21)، فظهرت كهيئة عالمية توفر خدمات الاتصال بشكل يتسم بالكفاءة والتميز بين مناطق العالم جمعياً.

ويتكون هيكل منظمة الانتلسات من الآتي:-

1- جمعية الأطراف المشاركة فيها : تمثل الحكومات ذات السيادة الموقعة على الاتفاقية الأولي للمنظمة ، وهي الجهاز الأعلى للمنظمة .

2- الموقعون : تمثل الأعضاء الموقعين على اتفاقية التشغيل ويجتمعون مرة واحدة في العام للنظر في المسائل التجارية الخاصة بالمنظمة باعتبارهم مستثمرين وأصحاب مصالح مادية.

3- مجلس المحافظين أو الحكام ( المدريين) : يمثل الموقعين الحاصلين على الحد الأدنى من الأسهم و يقوم بدراسة كل القرارات الموجهة إليه من جمعية الأطراف المشاركة في انتلسات أو اجتماع الموقعين، وهو مسؤول عن جميع القرارات المتصلة بالمنظمة وتطورها والتشغيل والصيانة ؛ ويتكون من 27 عضواً ويعقد أربع جلسات في العام. وتمثل المجموعة العربية فيه بأربع مقاعد ، المجموعة الأولي تمثلها الجزائر، والثانية تمثلها السعودية ، والثالثة تمثلها الكويت ، والرابعة تمثلها الإمارات.

4- هيئة تنفيذية مسؤولة أمام مجلس الحكام: وهو الجهاز الذي يتولى الإدارة اليومية ويرأس الهيئة الأمين العام لهيئة كومسات ، ويقومون بالإدارة بشكل مباشر ويقدمون تقريراً إلى حكام (مديري) انتلسات.

تتولى وكالة أبحاث الفضاء الأمريكية ( ناسا) NASA إطلاق كل الأقمار الخاصة بانتلسات مقابل دفع التكلفة . وللمنظمة كيان قانوني دولي يرعى توزيع الملكية على المالكين وفق مشركاتهم وتحديد حصة كل دولة عضو في المنظمة بحسب استخدام هذا العضو لنظام انتلسات ، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا أكثر الأعضاء استخداماً.

وتتألف الانتلسات من قطاعين هما ، القطاع الفضائي ويضم الأقمار الصناعية تصميماً وتطويراً وبناء وتركيباً وصيانة وتعود ملكية القطاع إلى الانتلسات، أما القطاع الأرضي فهو عبارة عن المحطات الأرضية وهي تمتلكها الدول والمؤسسات والشركات. وشركة كومسات مسؤولة من الجوانب التقنية في المنظمة.

وتعد منظمة انتلسات أول وأوسع منظمة دولية، أطلقت أجيالاً من الأقمار الصناعية ففي أبريل 1965م أطلقت ( انتلسات 1) المعروف باسم الطائر المبكر ، ثم توالى إطلاق الأجيال الأخرى فعندما بلغت الجيل الرابع الذي يتألف من ( سبعة أقمار ) تمكنت من الحصول على أغلب سوق الاتصالات والهواتف والتلفزيون العالمي ، ثم كان الجيل الخامس الذي يتكون من ( تسعة أقمار ) عام 1981م ، بينما ظهر الجيل السادس من( انتلسات 6) عام 1989م . وأطلق القمر الأول من الجيل السابع انتلسات عام 1994م.

وفي عام 1996 تم إطلاق القمر الأول من الجيل الثامن ، وتشكل أقمار انتلسات حلقة الوصل بين أوروبا وأفريقيا وبين دول آسيا واستراليا والشرق الأقصى بصفة عامة ، وبعد أحداث حرب الخليج 1991م كلفت انتلسات شركات أمريكية متخصصة في صناعة الأقمار الصناعية بتصميم مجموعة جديدة من الأقمار {وجهت انتلسات ثلاثة منها إلى الوطن العربي }(22)، وتعتبر انتلسات الأنموذج الذي يحتذي من قبل كل الأنظمة الفضائية العالمية .

**2- منظمة الأقمار الصناعية للاتصالات الفضائية الأوروبية (يتلسات)** (EUTELSAT)

The European Telecommunications Satellite Organization

وُضع الاتفاق المؤقت لإقامة منظمة الأقمار الصناعية الأوروبية يتلسات في نهاية يونيو 1977م بواسطة هيئات الاتصال السلكية واللاسلكية من 17 مؤسسة من أوروبا الغربية (الأعضاء في المؤتمر الأوروبي لهيئات البريد والاتصالات) ، كما وُضع اتفاق آخر للتشغيل ، ويحدد الاتفاقان هيكل يتلسات ونظمها وأهدافها ووظائفها.

وباشرت يتلسات بوصفها منظمة للتعاون الدولي مضطلعة بمهمات امتلاك وإدارة شبكة الأقمار الصناعية وأعمالها بتجهيز شبكات التلفزيون الأوروبية بالبرامج عام 1983م ، وقد صادقت 13 دولة على الاتفاقية النهائية ، ولكن تحولت منظمة يتلسات

من هيئة مؤقتة إلى شكلها المتكامل بمشاركة 26 دولة أوروبية بوصفها تحتل المرتبة الثانية مباشرة بعد منظمة الانتلسات.

واقتبست منظمة يتلسات نظامها وهيكلها من منظمة الانتلسات ، فهي تقوم على اتفاقيتين ، اتفاقية للتأسيس وأخرى للتشغيل ، ولذلك تكون هيكلها من أربعة أجزاء رئيسة على طريقة الانتلسات ، وتقوم بنفس الوظائف الموجودة في انتلسات، وتقسيمها كالآتي :-

(أ) جمعية الشركاء : هي الجهاز الأعلى للمنظمة وتجتمع مرة كل عام.

(ب) مجلس الموقعين : يختص بالمسائل التجارية والاستثمارات ويجتمع مرة كل عام.

(ت) مجلس المديرين: يختص بتطوير النظام وتصميم الأقمار والتشغيل.

(ث) الجهاز التنفيذي: يرأسه المدير العام ويكون مسؤولاً عن الإدارة العامة للمنظمة مباشرة.

وتمتلك فرنسا وبريطانيا وإيطاليا وألمانيا أعلى نسبة من الأسهم فيها ، وتقسم الأرباح على نفس طريقة الانتلسات على ضوء المساهمة عبر الأسهم.

وتعتمد يتلسات على حزم الكي يو (KU-Band) حتى تتفادى تداخل الترددات والتشويش بين أقمارها و أقمار انتلسات . و استخدام حزم KU يوفر مساحات واسعة للقنوات القمرية وطاقة إرسال قوية تجعل من السهل على المستقبلات الأرضية التقاط الإشارة على طبق صغير ذي قطر يبلغ خمسين سنتيمترا، و{أنه لا يتطلب في حالة الالتقاط الجماعي بناء محطات استقبال كبيرة الحجم ، بعكس بعض المحطات الأرضية التي شيدت لاستقبال إشارات انتلسات والتي تتصف بالضخامة والكبر}(23). وتغطي يتلسات ثلاث مناطق ، الأولي تضم دول البحر المتوسط ، فضلاً عن جميع البلدان الأوروبية

وشمال أفريقيا وغرب آسيا، والمنطقة الثانية تشمل الأمريكيتين ، والثالثة جنوب شرق آسيا واستراليا.

وتم إطلاق أول قمر لمنظمة يتلسات في يونيو 1983 م بواسطة الصاروخ[ آريان]؛ باسم قمر الاتصالات الأوروبي European Communication Satellite (ECSI) واستخدم في نقل برامج التلفزيون المختلفة ، { واستمرت في إطلاق أقمارها تباعاً من 1983م ، فوصل 1996م مجموع الأقمار التي أطلقتها إلى المدار الثابت 12 قمراً منها 5 أقمار من الجيل الأولEutelsat1 وخمسة أقمار من الجيل الثاني Eutelsat11 وقمران للتلفزيون المباشر Hot Bird}(24).

وقد وصل معدل إطلاق الأقمار الصناعية لمنظمة يتلسات منذ إطلاق أول قمر إلى اليوم قمر واحد كل ستة أشهر. وتقدم يتلسات خدمات الراديو والتلفزيون والتلفون والاتصالات المتحركة وخدمات رجال الإعمال وغيرها من الخدمات في مجال الاتصالات، و تعد { المشغل الرئيس للأقمار الخاصة بالبث الإذاعي لشبكات التلفزيون الأوروبية المحورية ، كما تعد الرائدة في مجال تحويل تلفزيون الأقمار الصناعية إلى بضاعة استهلاكية ، حيث أن أغلب شبكات التلفزيون الأوروبية تستخدم حالياً القمر الصناعي ( يتلسات) لتبادل الأخبار والبرامج ضمن نطاق شبكة Eurovision التي تدار من قبل الاتحاد الأوروبي للتلفزيون}(25).

أما بخصوص البث المباشر DBS الخاص بالأقمار الصناعية المخصص لدول أوروبا، وضعت ( يتلسات ) استراتيجية للدخول في هذا المشروع منذ عام 1996م باسم ( يوربسات ) عندما تقدمت تسع دول أوروبية بخطط لتوفير قمر إقليمي للبث المباشر . وتم تجهيز القمر قبل الفترة المقررة بثلاث سنوات ، وأُطلق القمر عام 1993م لخدمة أربعة أقمار للبث المباشر في أوروبا، كما أن اتحاد الإذاعات الأوروبية اشترى أربع قنوات قمرية في حيزKUBand على أقمار يتلسات المبرمجة خلال عام 1993م. ويضم

النظام التلفزيوني المباشر ؛{ ثلاثة أقمار صناعية عاملة وقمراً صناعياً واحداً احتياطياً في المدار، وسيكون بمقدور كل قمر من هذه الأقمار البث عبر 36 محطة تلفزيونية مباشرة إذ سيكون بالإمكان استخدام 12 محطة في وقت واحد }(26).

وتعتبر يتلسات من المنظمات الإقليمية الناجحة في استخدامها لأحدث ما توصلت تكنولوجيا الفضاء ، فهي اليوم دخلت في البث المباشر عبر التكنولوجيا الرقمية، وتمتلك فائضاً من السعة في القنوات القمرية ، وتستطيع أن ترفد بها الجهات المتعاونة معها عبر الاتفاقات الفضائية مثل عربسات، مما يجعلها أرضاً صالحة للاستثمار للراغبين في الدخول، وخاصة في المنطقة العربية التي تشهد بروز عدد من المحطات الفضائية الخاصة، والمناطق الإعلامية الحرة.

**(ب) البث المباشر**

**[1] البث التلفزيوني والإذاعي المباشر**

وجد موضوع البث المباشر اهتماماً كبيراً من المنابر العلمية العالمية ويأتي على طليعة المهتمين المعهد الدولي للاتصال الذي بحثه في قبرص منذ عام 1973م ثم في ألمانيا والمكسيك ، ومن المهتمين الذين أعطوا الموضوع عناية خاصة منظمة اليونسكو.

يقصد بنظام البث المباشر إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال من دون المرور عبر المحطات الأرضية أو أية محطات ترحيل أخرى، وهي تمثل المرحلة الثانية لأقمار الاتصالات، فيما يعرف الآن بالبث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية Direct Broadcast Satellite Transmission ( DBST)

ويرجع الاقتراح الفعلي لإنشاء خدمات تلفزيونية مباشرة عبر الأقمار الصناعية لشركة كومسات COMSAT الأمريكية للاتصالات عبر الأقمار الصناعية عام 1980م بينما سبقت هذا الاقتراح أنشطة معينة لأقمار البث المباشر مطلع السبعينات، { عندما صنع الاتحاد السوفيتي مركبة فضائية تزن أكثر من (طن) شرعت في البث المباشر للبيوت

والقرى الصغيرة المعزولة في سيبريه}(27) . وقد بدأت التجربة السوفيتية في البث المباشر عام 1976م على سيبريه بقمر واحد ، ثم توالت سلسلة من الأقمار تدعي ( ايكران ) حتى بلغ عددها 19 قمراً حتى توقف البرنامج عام 1988م . وفي عام 1992م أطلق أول الأقمار الروسية الجديدة للبث التلفزيوني المباشر على سيبريه واسمه (غلاسكليكون).

أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد أطلقت أول قمر تجريبي للإذاعة المباشرة هو القمر المتزامن ATS6Applications Technology Satellite الذي وضعته وكالة الفضاء الأمريكية ( ناسا) عام 1967م وعرف بتجربة ( سايت ) ، وقد وضع القمر عام 1969م تحت تصرف الهند بناء على اتفاق ابرم بين ( ناسا ) الوكالة الوطنية للطيران والفضاء وهيئة الطاقة الهندية . وبفضل القمر الصناعي (ATS6)غطت برامج ( سايت ) التجريبية (2330) قرية في ست ولايات بالهند ، فيما عدا (355) قرية في مقاطعة (فيدا ) بولاية (غوجارات) كان تغطي بالخدمة الأرضية ، ولكن بعد عام استطاع ( سايت ) تغطية كل المناطق من خلال محطات ترحيل. وتعاونت ( ناسا) مع كندا عام 1976م لخدمة المناطق الكندية الشمالية ، حيث طورت كندا شبكتها المعروفة باسم (ANIK).

وكانت ( ناسا) قد أطلقت قمرها( ATS-S) الذي استطاع أن يحقق نجاحاً في مجالات الاتصالات عندما تمكن الأمريكيون من متابعة الإشارات المرسلة عبره عن طريق هوائيات صغيره .

وقد انتشرت في العالم اليوم أقمار البث المباشر، و هي تعمل على ثلاثة أنواع من الحزم C والكي يوKU والكي أي يوKAU ، وقد{ يستغني بعضها عن الحزمة C ويركز على الحزمتين الباقيتين لضمان جودة ووضوح أعلى للبرامج المستقبلة ولتقليل تكلفة الاستقبال على المشتركين في الخدمة }(28).

ويحتاج نظام الاستقبال من الأقمار الصناعية عبر البث المباشر إلى هوائي استقبال من القمر يعرف بالصحن Dish ، ووحدة خارجية تعرف ب LNB، و كابل محوري للتغذية

ينقل الإشارة من الوحدة الخارجية إلى الوحدة الداخلية ، والوحدة الداخلية مكونة من الناتج الصوتي والمرئي ( جهاز الاستقبال )Receiver ووظيفته أيضا التحويل من قناة إلى قناة أخرى ، ومن قمر إلى قمر في حالة استخدام الصحن الجديد الذي يستطيع استقبال أكثر من قمر في وقت واحد.

وقد راجت أفكار بإمكانية الاستقبال مباشرة دون الحاجة إلى طبق ، حيث يوجد جهاز (الاستقبال داخل التلفزيون ) ويتلقى مباشرة من القمر ، ولكن يقول البروفيسور على شمو { إن هذا القول غير صحيح على الأقل في الوقت الحاضر ... وقد علمتنا التجارب والتطورات التكنولوجية أنه ليس هناك مستحيل }(29 ).

وتعتبر اليابان رائدة في مجال البث المباشر ، فتمكنت عام 1978م من إطلاق قمرها (BSE) ولكنه تعطل ، ثم توقف نهائياً عن العمل ، ولكنها واصلت جهودها { فأطلقت عام 1984م قمرها الأول BA-2A، وأطلقت القمر الثاني عام 1986 م ، وأتمت نظامها الكامل لأقمار البث المباشر ببناء محطات المراقبة والمتابعة }(30) . واستمر البرنامج الياباني ليبدأ إطلاق أقمار الجيل الثاني في عام 1990م حيث تعمل الآن أربعة أقمار صناعية من نوع BS.

وتعد اليابان الدولة الوحيدة في العالم التي تمتلك بثاً مباشراً يمتاز بالقوة عالية التردد محرزة تقدماً كبيراً في استخدام أقمار البث المباشر ، وقد { سمحت وزارة البريد والاتصالات برفع الحظر عام 1992م الذي فرضته من قبل على خدمات البث التلفزيون المباشر}(31).

وقد دخلت ( ناسا ) الأمريكية أيضاً مجال البث المباشر كما أورد الباحث ، فبدأت في عامي 1986 م - 1987م في إطلاق أقمارها للبث المباشر، وهو المشروع الذي عرف بالمختصر الإنجليزي LSAT أقمار الاتصالات الكبيرة Large Communication Satellite ويحتوي كل قمر منها على عشرين قناة قمرية ، يمكن أن تصل إلى خمسين قناة ، ويتراوح

عمر الواحد من هذا النوع من أقمار البث المباشر ما بين خمس وعشر سنوات ، وتميل سياسة أمريكا تجاه أقمار البث التلفزيوني المباشر منذ الثمانينات إلى عدم فرض قيود عليها ، فقد { تركت لجنة الاتصالات الفيدرالية FCC أقمار البث التلفزيوني المباشر للسوق التجارية؛ بدلاً من أن تحقق المزاوجة بين مشاركة المصالح العامة والخاصة في استغلال إمكانيات تلك الأقمار؛ فضلاً عن عدم فرض معايير قياسية فنية على صناعة أقمار البث المباشر لديها }(32).

وقد منحت اللجنة الفيدرالية عام 1982م الترخيص للبث المباشر للمناطق البعيدة والشاسعة التي لا يصلها البث التلفزيوني الأرضي . ومنذ عام 1986م شاع تأسيس البث المباشر في الولايات المتحدة الأمريكية عبر الأقمار الصناعية على موجة MHZ-12بوصفه نظاماً إذاعياً جديداً يوفر إمكانيات البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر على مساحة واسعة دون انقطاع للبرامج.

وفي بداية عام 1990م أعلنت أربعة مؤسسات اتصالية من بينها مؤسسة الإذاعة الوطنية الأمريكية اتفاقاً يتم بموجبه إطلاق قمر للبث المباشر بطاقة عالية جداً . وقد أطلق هذا التجمع أول قمر أمريكي للبث المباشر لغرض الاتصالات ( تايكوم-1) عام 1993 م ، ليستقر على المدار-1DBS، وتم إطلاق القمر الثاني من نفس النوع عام 1994م، ليستقر على المدار (DBS-2). ويتيح هذان القمران للمشاهدين في الولايات المتحدة الأمريكية التقاط 150 محطة تلفزيون خارجية بواسطة هوائيات صغيرة الحجم . وفي صيف عام 1994م أطلقت مؤسسة هيوز الأمريكية أقماراً صناعية للبث المباشر تبث 200 قناة تلفزيونية مباشرة .

وقام الاتحاد السوفيتي ( سابقاً) وكندا وألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة والهند والسويد ولكسمبورغ بمشاريع إطلاق أقمار صناعية متخصصة للبث المباشر وفقاً للخطة التي وضعها المؤتمر الإذاعي العالمي عام 1977م لعمليات البث المباشر في جنيف والذي

يوفر لكل بلد إمكانية البث على خمس قنوات تلفزيونيـة ، وإن القنـاة الواحـدة تـوفر إمكانيـة البـث لعشرة برامج إذاعية.

وكان أول هذه المشروعات هو قمر لكسمبورغ (لوكسات) LUXSAT الذي بدأ العمـل فيـه عـام 1980م حيث يصل ( 40-100) مليون مشاهد ذلك لما تتمتع به تلفزيون لكسمبورغ من نفوذ كبـير في بلجيكا وفرنسا وألمانيا ، وتفوقه على القناة الوطنية البلجيكية الناطقة بالفرنـسية والقنـوات الفرنـسية الثلاث مجتمعة.

واهتمت أوروبا الغربية بإطلاق الأقـمار الـصناعية المخصـصة للتغطيـة الوطنيـة والإقليميـة أو شبه الإقليمية عام 1986م، حيث شرعت تسع دول أوروبية في إعـداد برنـامج مكثـف باسـم (H-SAT)يشتمل على عدد من التجارب من بينها البث المباشر ثم تخلت ألمانيا ومـن بعـدها فرنـسا عـن هذا البرنامج وأعـدت الـدول الـسبع المتبقيـة برنـامج (H-SAT) وجعلتـه يـشبه برنـامج (L-SAT)قمـر الاتصالات الكبير.

واهتمت بريطانيا بالبث المباشر واسـتطاعت تـصنيع أول قمـر صـناعي بريطـاني 1986م ، وتـم إطلاقه بواسطة الصاروخ ( آريان) ، ولهذا المشروع فوائد تجارية وثقافيـة وصـناعية وخـدمات توزيـع المعلومات داخل المملكة المتحدة ، كـما اسـتطاعت إطـلاق قمـر آخـر في عـام 1989م المعـروف باسـم BSBBritish –Satellite-Broadcasting ويحمل خمس قنوات للبث التلفزيوني المباشر.

وفي عام 1979م قررت ألمانيا وفرنسا القيام بمشروع منفصل عن الدول الأوروبية الأخرى أطلق عليـه (T.V.SAT) ، و(TDF) بينما استمرت الدول الأوروبية ببرنامج وكالة الفضاء الأوروبية (أوليمـبس) OLYMUS . وتم إطلاق أول أقـمار المـشروع( ألمـاني - الفرنـسي) عـام 1987م وهـو القمـر الـصناعي الألمـاني (T.V.SAT) حاملاً أربع قنوات قمريـة، ثـم أطلـق القمـر الـصناعي الأول TDF-1 في عـام 1988م حـاملاً أربـع قنـوات

كذلك، بينما أطلق عام 1990م القمر الثاني TDF-2 يعتمد على التلفزيون عالي الجودة ، ويبلغ العمر التصميمي لهذه الأقمار تسعة أعوام.

أما البرنامج السويدي (TELE-X)يعتمد على البرنامج الفرنسي الألماني المشترك بمشاركة شركات سويدية.

## المطلب الثالث

## الراديو الفضائي

ومن التطورات المهمة في مجال البث الإذاعي عبر الأقمار الصناعية ( الراديو الفضائي) الذي يختلف عن استخدام القنوات الصوتية المصاحبة للتلفزيون اختلافاً كبيراً، حيث تعتبر فكرة الراديو الفضائي تقنية غير مسبوقة من بنات أفكار عالم أمريكي ، عربي الأصل ، سوداني الانتماء، استطاع حملها على عاتقه بكل قوة ، لتأخذ مكانها في مقدمة الابتكارات التكنولوجية الحديثة، وتضع دكتور نوح عزمي سمارة صاحب الفكرة وسط عمالقة القرن العشرين.

وتقوم فكرة الراديو الفضائي على البث الإذاعي عبر{ إطلاق أقمار صناعية مباشرة للبث الصوتي ( الراديو ) وبتكنولوجيا رقمية تضمن لها الجودة والنقاء وتستقبل على الأرض بوساطة جهاز راديو فضائي Satellite Radio Receiver ومتنقل Mobile ويستمد الطاقة التشغيلية له من الشمس Solar Energy ومن غيرها}(33).

ويقول دكتور نوح سمارة رئيس مجلس إدارة شركة World Space { إن مشروع الراديو الفضائي الذي قامت الشركة بدراسة جدواه بعد تأسيسها 1990م؛ والذي تتجاوز تكلفته الإجمالية مليار دولار ؛ يعد من أضخم مشروعات هذا العصر على الإطلاق وذلك في صناعة البث الإذاعي الرقمي المباشر عبر الأقمار الصناعية ؛ بحيث تمكن هذه الثورة التكنولوجية أكثر من 80% من سكان الكرة الأرضية ، بواسطة 540

قناة إذاعية رقمية يستقبلها جهاز استقبال رقمـي - حـديث ومطـور هـو الراديـو الفـضائي مـن القمـر مباشرة بدون الحاجة إلى طبق كبير يتم وضعه على سطح المنزل أو في حديقة – من الاطلاع عـلى مـدى واسع من البرامج الإخبارية والموسـيقية والرياضـية وبـرامج الأطفـال والفقـرات الترفيهيـة والتعليميـة ، بالإضافة إلى ذلك وضعت الشركة خططاً لتقديم إمكانيـات تحويـل معلومـات صـورية للاسـتعمال مـع أجهزة الكمبيوتر والمرئيات على تنوعها}(34).

ويتكون القطاع الفضائي لهذا المشروع من ثلاثة أقمار تحمل اسم (World Star) ولكل واحـد مـن الأقمار اسمه الخاص به. وتم التعاقد مع شركة الكاتل الفرنسية عـام 1995م لبنـاء الأقـمار الثلاثـة عـبر مواصفات تتماشى مع معيار الجودة الدولية . فـأول الأقـمار ( أفـري سـتار) Afristar وتـم إطلاقـه عـام 1998م بواسطة صاروخ الفضاء الأوروبي (آريان) ، ويشتمل القمر على أكثر من 180 قناة إذاعية تغطي المنطقة العربية والقارة الأفريقية ، وقد تفاعلت مجموعة كبـيرة مـن الإذاعـات المحليـة والدوليـة مـع المشروع ، وذلك على مستوى الإذاعات الوطنية والتجارية على حـد سـواء ، بحيـث تـم التعاقـد بـين شركة world Space وعـدد مـن الهيئـات والإذاعـات في دول متعـددة مـن العـالم ، مثـل جميـع شـبكات الإذاعية المصرية والنايل سات وراديو كينيا وراديو غانا وأوغندا وكولومبيا .

أما النوع الثاني ( آسيا ستار )Asia star المخصص إلى القارة الآسيوية والأوروبية تم إطلاقـه بـنفس الصاروخ الأوروبي ( آريان) في نوفمبر 2000م، بيـنما تـم إطـلاق القمـر الثالـث (أمـري سـتار ) عـام 2001م ليغطي جميع أقطار أمريكا اللاتينية وهـو يمثـل المرحلـة الثالثـة مـن التنفيـذ ، ووجـد هـذان القمران تفاعلاً كبيراً من الإذاعات والهيئات في الدول التي شملتها التغطية.

أما بالنسبة للقطاع الأرضي لجهاز الاستقبال ( الراديو ) الـذي يلـتقط البـث الـصوتي المباشر من الأقمار، يقول الدكتور نوح سمارة { إن أربعاً من كبريـات الـشركات اليابانيـة

الرائدة في مجال تصنيع وتطوير الإلكترونيات تتنافس فيما بينها لإنتاج أجهزة الراديو الفضائي ، وهي ، بانسونيك ، سانيو ، هيتاشي وشركة ( G.V.C) ، وبل قامت هذه الشركات بطرحه في الأسواق العالمية ، ويمتاز الجهاز المبتكر بقابليته للحمل وملاءمته الاستماع داخل المباني وخارجها إلى جانب تمتعه بميزات مريحة ومتعددة }(35).

ولكن تكلفته؛ تضاربت الأقوال حولها { فمرة يقال 150دولاراً ومرة أخرى 100دولار ، والثالثة 50دولاراً ، ولكن المتفق عليه هو أن التكلفة في المراحل الأولي ستكون مرتفعة، بالنسبة لدخول غالبية سكان العالم الثالث والمستهدفين الأساسيين بهذا البث ، وأصحاب المصلحة الحقيقية فيه.. ولكنها ستنزل تدريجياً حتى تكون في متناول الجميع } (36).

يعمل نظام البث الإذاعي الرقمي المباشر الذي تستخدمهWorld Space عن طريق إرسال الإشارات الإذاعية من خلال طبق إرسال صغير إلى القمر الصناعي الثابت في المدار الجغرافي ، ويعيد القمر الصناعي مباشرة إرسال الإشارات إلى ملايين من أجهزة الاستقبال . ولا تحتاج التقاط إشارات القمر الإذاعي إلى أطباق أرضية، بل هناك هوائيات صغيرة مثبتة في كل جهاز راديو تلتقط الإشارة مباشرة ، ويحمل كل من الأقمار الصناعية ثلاث حزم موجهة وتمثل كل منها المساحة التي تغطيها قناة إرسال واحدة.

ويورد البر فيسور على محمد شمو بعض المعلومات الإضافية عن استخدامات الراديو الفضائي متمثلة في الآتي (37):-

أ- جهاز الراديو الفضائي لن يلغي جهاز الراديو الحالي ويمكن إضافة شريحة حساسة Chip إلى الراديو التقليدي ليكون قادراً على استقبال البث الفضائي .. وإن كان من الأفضل استخدام الراديو الفضائي المصمم خصيصاً للاستقبال وفق مواصفات هذا المشروع.

ب- يمكن للإذاعات المحلية بوساطة أجهزة إرسالها الحالية أن تستقبل أية برامج من القمر الإذاعي وتعيد بثها عبر أجهزتها المحلية.

ج- من المتوقع أن يقضي مشروع القمر الفضائي الصوتي الرقمي في المستقبل على أجهزة الإرسال التقليدية الحالية لأن البث سيبدأ مباشرة من استوديوهات الإذاعة بوساطة وصلة رافعةUplinkفي اتجاه القمر الذي يعيد بث البرنامج إلى كل المنطقة التي يغطيهاFoot Print ولو قدر لهذه التجربة أن تنجح وتعم بعد توفير القنوات اللازمة للخدمات الإذاعية فإن استخدام أجهزة إرسال الراديو التقليدية Transmitters Radio سيقل وبالتالي سينتهي تدريجياً.

د- الاكتشاف الجديد سيلغي قواعد التقوية وإعادة البث التي تستخدمها هيئة الإذاعة البريطانية وصوت أمريكا المنتشرة في عدد من دول العالم وفي جميع القارات لأن الحاجة إليها ستنتفي.

وهذا الاكتشاف الجديد والتطور في استخدام الأقمار الصناعية في جانب الإرسال الإذاعي بصورة واسعة ، وميزات تقنية عالية ، حيث الصوت الواضح النقي ، والعمل بحرية كاملة بعيداً عن أي شكل من أشكال الرقابة ، يرفد ثورة المعلومات ، ويضعف احتكار السلطة لصناعة المعرفة ، يزكي أوار التنافس، ويجعل الاختيار واسعا.

## المطلب الرابع

## الإنترنت عبر الأقمار الصناعية

الإنترنت ثورة جديدة في مجال الإعلام والاتصال ، استطاعت أن تجمع بين مختلف وسائل الإعلام في وسيلة واحدة ، حيث يستطيع المستخدم أن يقرأ ويسمع ويشاهد، وأن يتفاعل مع هذه الشبكة العجيبة . ويستطيع أن يتجول من بلد إلى بلد ، ومن شبكة إلى شبكة من الخرطوم إلى طوكيو وإلي لندن وواشنطن وإلي أي بلد في المعمورة ، وهو جالس

على كرسيه في مكتبه أو غرفته شريطة أن يكون لديه جهاز كمبيوتر مرتبط عبر الهاتف أو الأقمار الصناعية بالشبكة الدولية للمعلومات ( الإنترنت).

وكلمة الإنترنت جديدة في القاموس اللغوي لمختلف اللغات العالمية ، وهي محيرة في دلالاتها؛ هل هي مجموعة من الآلات والأجهزة ؟ أم هي نظام عالمي ؟ أم هي شئ يجمع بين الاثنين؟ ويكمن القول باختصار شديد ، إن مصطلح ( الإنترنت) جديد في القاموس اللغوي و{استخدم هذا المصطلح لأول مرة في 1973 في أوساط المختصين بهذه الشبكة وصناعتها والمعنيين ببرامج البحوث في مجال علم الكمبيوتر في الولايات المتحدة الأمريكية }(38). وكما استخدم هذا المصطلح في عام 1983م للتعبير عن مصطلحInterconnection Network أي الشبكة المرتبطة ببعضها عن بعد عبر مجموعة من الحاسبات الآلية الكبيرة ، وفي التسعينات استخدم هذا المصطلح وانتشر بشكل واسع ، وتم {تحديده ليعني الارتباط عبر مجموعة من شبكات الحاسب الآلي بشبكة الجمعية الوطنية للعلوم National Science Foundation، (NETWORK) }(39).

ولذلك يقول الباحث ( إن الإنترنت The Internet هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم).

أما من الناحية التاريخية؛{ بدأت شبكة الإنترنت في 1969م داخل مختبرات وزارة الدفاع الأمريكية والأجهزة الحكومية ومراكز الأبحاث التابعة لها}(40)، والهدف الأساسي لهذه الشبكة هو تأمين المعلومات، وسرعة الاتصال بين مختلف هذه الأجهزة المشار إليها، ولاسيما أنها نشأت في فترة الستينات أيام الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي بزعامة الاتحاد السوفيتي (سابقاً) والغربي التي تتزعمه الولايات المتحدة الأمريكية. ثم تطورت الشبكة خلال عقد السبعينات والثمانينات لتبلغ شأوا كبيراً خلال التسعينات وبداية الألفية الثالثة.

وتكمن فائدة الإنترنت في كونه وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات، ولكي تتمكن أجهزة الكمبيوتر من تبادل المعلومات والاتصال فيما بينها لا بد من التوافق مع مجموعة من معايير الاتصال ، التي تدعي بروتوكولاً(Protocol). وتعتمد جميع أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالإنترنت برتوكولاً يسمي برتوكول الإنترنت (Internet Protocol-IP)، وهو يقوم بتجزئة الرسائل الإلكترونية إلى وحدات بيانات تدعي الحزم(Packets) ، كما أنه يتحكم بتوجيه البيانات (Data Routing) من المرسل إلى المستقبل.

وينضوي برتوكول الإنترنت (IP ) تحت مجموعة من برتوكولات التحكم بالإرسال Transmission Control Protocol-TCP / برتوكول الإنترنت (IP)، وهي مجموعة برتوكولات طورتها وزارة الدفاع الأمريكية لإتاحة الاتصالات عبر الشبكة المختلفة الأنواع.

ويتكون العمود الفقري للإنترنت (The backbone of the Internet) من خطوط اتصالات تنقل البيانات بسرعة عالية وتربط العقد وأجهزة الكمبيوتر المضيفة الرئيسة. وعبر هذه الخطوط تسري حركة البيانات بكميات كبيرة . ويمكن تشبيه شبكة الإنترنت بشبكات الطرق البرية، حيث توجد طرق رئيسة تربط المدن والبلدان وتجري حركة عبرها بسرعة فائقة ، وطرق أو شوارع فرعية تربط القرى الصغيرة أو تربط الشوارع الداخلية في المدينة الواحدة ، حيث تكون الحركة داخلها أقل سرعة ، فشبكة الإنترنت تعمل بنفس الأسلوب. حيث توجد شبكات عالية السرعة تسمي ( العمود الفقري) وتبلغ سرعة هذه الشبكات 45مليون بت في الثانية ، وتأتي بعدها شبكات تبلغ سرعتها مليون ونصف المليون [ بت] في الثانية، حتى الوصول إلى الخطوط التي تربط الفرد بالشبكة والتي تبلغ سرعتها 30ألف [ بت ]في الثانية.

أما الاتصال عبر الإنترنت فيتم بالاشتراك في خدمة الإنترنت ، ويكون ذلك عبر الهاتف أو الأقمار الصناعية . وطريقة الهاتف هي الطريقة التي تنتشر اليوم في كل رجاء العالم ، فتتم عن طريق الآتي:-

(أ) الاتصال الشبكي الهاتفي Dial Up مع موفر خدمة الإنترنتInternet Service Provider-ISP ، وهذه الطريقة المعتادة لدي مستخدمي أجهزة الكمبيوتر في المنزل .

(ب) الخط المخصص Dedicated Line المتصل بشبكة محلية Local Area Network، وهذه هي الطريقة المعتادة لدي المؤسسات والشركات الكبيرة التي قد يكون لها عقدةNode خاصة بها على الإنترنت، أو قد تكون متصلة بموفر خدمة الإنترنت (ISP).

وفي طريقة الهاتف يستطيع موفر الخدمة أن يتحكم في المواد المسموح بها وغير المسموح بها ، وهذا تفشى في كل أرجاء الوطن العربي ، حيث تمارس الرقابة على الإنترنت وفقاً لسياسة البلد المعني ، ولكن الثورة المستقبلية تتمثل في الإنترنت عبر الأقمار الصناعية .

بدأت كثير من الشركات الأمريكية والأوروبية إطلاق مئات من الأقمار الصناعية لربط المستخدمين في جميع أنحاء العالم بالإنترنت دون أي قيود جغرافية ، فشركة Star Band الأمريكية بدأت { ببث الإنترنت عن طريق الأقمار الصناعية، وبسرعة تصل إلى 900كيلوبت في الثانية ، أي ما يعادل 20ضعف سرعة الاتصال بالإنترنت عن طريق الهاتف ، والمذهل أن سعرها هو 60دولار في الشهر دون رسوم إضافية وباتصال مستمر 24ساعة في اليوم دون الحاجة إلى أي خط هاتفي ، والشركة تطمح لتغطية بقية أنحاء العالم ، وهناك شركات أخرى مثل Wild Blue والتي سوف تبدأ العمل في القارتين الأمريكتين، وتطمح لتغطية أنحاء العالم ، و تعمل شركة Teledesaic على إطلاق 28

قمراً صناعياً للاتصال بالإنترنت من أي مكان في العالم وبسرعة  تصل إلى 64 ميغابت في الثانية،  أي أكثر من ألف ضعف لسرعة الاتصال عن طريق الهاتف}(41).

وتوجد اليوم شركات كثيرة في سماء العالم العربي لديها أقمار صناعية ؛ تمنح توكيلات محلية لمن يملك ترخيصاً من دولته باستخدام الإنترنت  عن طريق الأقمار الصناعية. والاتصال بالإنترنت عبر الأقمار الصناعية قليل التكلفة ؛ إذ تمت مقارنته بالاتصال عن طريق مزودي الخدمة عبر الهاتف،  ومع ذلك تمنع معظم الدول العربية الترخيص دخول الإنترنت عبر الأقمار الصناعية خوفاً من بسط المعلومات للناس  . ولكن المنع العربي  في الترخيص هو نفس الطريقة التي بدأ بها دخول الصحن الفضائي (dish ) حتى شاع الاستعمال بعد ذلك.

و يحمل المستقبل  الكثير من المفاجآت في الاتصال بالإنترنت عبر الأقمار الصناعية،  وهاهو العراق تحت الإدارة الأمريكية يوافق على استخدام الإنترنت عبر الأقمار الصناعية،  حيث أقامت شركة فوكس الأمريكية  (VOEX CORP)أربعة مراكز اتصالات سريعة لخدمة الجمهور،   وتعتمد هذه المراكز على اتصالات سريعة باستخدام تقنية (VOIP) الصوت من خلال برتوكول الإنترنت Voiceover IP التي توفر إمكانية تصفح الإنترنت واستخدام البريد الإلكتروني؛ {بالإضافة إلى إمكانية الاتصال الهاتفي وإرسال رسائل الفاكس دولياً لجميع أنحاء العالم ،   اعتماداً على أحدث تقنيات ضغط الصوت التي تتيح إرسال البيانات والصوت بسرعة عالية دون الحاجة إلى سعة نطاق Bandwidth }(42).

ووصول هذه التقنية إلى المنطقة العربية ،  يشير إلى بداية الزحف الذي  تنتفي معه القدرة على منع المواقع غير المرغوب فيها ،  وتنتفي سرية المعلومات الوطنية ، وتنداح الحرية الإعلامية والاقتصادية،  وتظهر شركات عالمية متنافسة على المال العربي ، وخاصة إن الاتجاه العالمي هو إيصال الإنترنت لأي مكان في العالم ،  وبل أن المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) ؛{قامت بإنشاء محطتي عبور في أوروبا مربوطتين مع

شبكة الإنترنـت العالميـة للتعامـل مـع القمـر عربـسات 2-B في الحزمـة (KU) لتقـديم خدمـة الإنترنـت لإدارات اتصالات العربية ومزودي الخدمة المرخص لهم في العالم العربي}(43).

أمـا بخـصوص الخـدمات التـي يوفرهـا الإنترنـت للأفـراد فهـي كثـيرة يـصعب حـصرها ، وقـام البروفيسور على محمد شمو بتحديد سبعة عشر خدمة يمكن أن يجدها المستخدم في شبكات الإنترنـت بصفة عامة وهي( 44):-

1- البريد الإلكتروني مع كل أنحاء العالم.

2- الاستفادة من الرسائل العلمية والكتب والمعلومات الخاصة بالعلوم التي لا يتيسر للإنسان وجودهـا في المكتبات العامة بسهولة.

3- مشاهدة الأفلام وأحداث المصورة السياسية والرياضية والعلمية والثقافية.

4- متابعـة تطـورات الأحـداث العالميـة فـور حـدوثها وبتفاصـيل أوفي مـن تلـك التـي يقـدمها الراديـو والتلفزيون والصحف.

5- قراءة الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية.

6- الاطلاع على تقلبات الأسواق الدولية ومتابعة لأسواق المال والأسهم.

7- التعاقد على شراء السلع بطريقة فورية عبر الشبكة.

8- إنشاء صفحات خاصة للدعوة لموضوع معين ونشر المعلومات التي تريـد أن يطلـع عليهـا المتـابعون الأحداث العالمية.

9- تصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة عن الدول والمجتمعات والأديان والعادات والتقاليد.

10- نشر التراث والآداب والفنون والآثار.

11- الدعاية للسلع وللسياحة وللمنتجات الوطنية.

12- نقل التكنولوجيا للمجتمعات المتطلعة لمزيد من التطور .

13- التعليم والتعلم عن بعد .

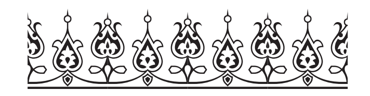
14- الرد على بعض المعلومات الخاطئة التي وجدت طريقها إلى الشبكة .

15- الاستفادة من المنجزات العلمية في مجال الهندسة والعلوم ومعرفة المعلومات التي تساعد الباحث في الحصول على ما يريد من بيانات ومعلومات تدعم بحوثه ودراساته.

16- الاستفادة من بعض التصاميم الهندسية في العمارة والصناعة.

17- كل المجالات التي قد لا يتذكرها الإنسان وهو مقبل على الإنترنت سيجدها حتماً إذا أبحر فيها وهام في محيطاتها حتى يرسو على الساحل الذي يريد أن يصل إليه.

وسوف تزداد هذه الخدمات بصورة كبيرة عندما يصبح العمل بالأقمار الصناعية سيد الموقف، وحينها تنتفي كل أساليب الحجر والرقابة على المواقع ، إضافة إلى السهولة واليسر في الحصول على المعلومة مما ينعش الحريات الصحافية .



ملخص

مرت الأقمار الصناعية في نشأتها بثلاث مراحل علمية ، تمثلت الأولي في تطوير العلماء الألمان لسلاح الصواريخ بعد الحرب العالمية الأولي والتي أصبحت فيما بعد أداة لحمل الأقمار الصناعية . والمرحلة الثانية تمثلت في المقال العلمي الذي كتبه العالم البريطاني ( آرثر كلارك ) عام 1945م وتصوره للأقمار الصناعية الثلاث التي تغطي الكرة الأرضية عبر بثها الفضائي. والمرحلة الأخيرة بدأت عام 1947م عندما اكتشف الدكتور وليام سوكلي ( الترانستور).

وقد فتح الاتحاد السوفيتي ( سابقاً ) الباب أمام اتصالات الفضاء منذ عام 1957م حين أطلق أول قمر صناعي Sputnik ، وكان ذلك إيذانا ببداية عهد جديد من الاتصالات عن بعد تميز به النصف الثاني من القرن العشرين.

وفي يوليو 1962م أطلقت الولايات المتحدة الأمريكية القمر الصناعي Telstar الذي أتاح الإرسال التلفزيوني لكل من بريطانيا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية . وبعد ذلك أطلقت المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية INTELSAT سلسلة من الأقمار الصناعية بداية من القمر الصناعي Early Bird في أبريل 1965م ، وما تبعه من أجيال متتالية لنقل الإرسال التلفزيوني والإذاعي والهاتفي والبيانات باستخدام تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية.

وتم بعد ذلك تنظيم المدارات [ الاستوائي الثابت ، المنخفض ، البيضاوي] وتقسيمها إلى مناطق نفوذ على ضوء القدرات التكنولوجية والاقتصادية للدولة ، وخاصة المدار الاستوائي الثابت المخصص لأقمار البث الإعلامي.

ويعتمد نظام تشغيل القمر الصناعي عن طريق وصلات الميكروويف ، حيث يتم وضع محطة تقوية ميكروويف Microwave Relay Station تسمي المحول Transponder ، ويوضع هذا المحول داخل القمر الصناعي قبل إطلاق المركبة الفضائية من خلال صاروخ

يتجه إلى الفضاء لكي يدور حول الكرة الأرضية بسرعة متزامنة مع سرعة دوران الأرض، ويستقر القمـر الصناعي في مدار خاص على ارتفاع معين من سطح الكرة الأرضية.

ويتم توجيه الإشارات من المحطة الأرضية إلى القمر الصناعي باستخدام ترددات معينـة، ويقـوم جهـاز التحويـلTransponder الموجـود بـالقمر الـصناعي باسـتلام الوصـلة الـصاعدة Uplink مـن المحطـة الأرضية Earth Station ثم تقوم بتقوية هذه الإشـارة حـوالي عـشرة ملايـين مـرة قبـل أن ترتـد إلى أسـفل باتجاه الأرض Down Link حيث المنطقة الجغرافية التـي يغطيهـا . وتـستخدم بعـض الأقـمار هوائيـات مركزة Spot Antenna لكي توجه الإشارة إلى منطقة صغيرة نسبياً ، وهناك أقمار صناعية أخـرى تـستخدم هوائيات تسح بتغطية جغرافية ضخمة تصل إلى ثلث مساحة الكرة الأرضية.

وهناك نوعـان مـن المحطـات الأرضـية للاسـتفادة مـن خـدمات الأقـمار الـصناعية ، المحطـات العملاقة للإرسال والاستقبال من نقطـة إلى نقطـة وهـي التـي تتعامـل مـع قمـر صـناعي مـن الأقـمار الصناعية الثابتة لترسل عبره وتستقبل عبره أيضاَ، وترسل إلى محطة أخرى وتستقبل منها عبر هذا القمر الصناعي الثابت.

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية رائدة في مجال التقنيات المتعلقة بالصواريخ والمحطات الأرضية ومراكز المراقبة.

ويوجد في سماء العالم اليوم عدد من المنظمات الرئيسة للأقمار الصناعية للاتصالات التلفزيونيـة منها ، المنظمة الدولية لأقـمار الاتـصالات ( انتلـسات) ، المنظمـة الدوليـة لأقـمار الاتـصالات البحريـة (انمارسات) ، منظمة أقمار الاتصال للكتلة الشرقية ( انترسبوتنك)، منظمة أقمار الاتـصالات الأوروبيـة (يتلسات) ، المنظمة العربية للاتصالات الفضاء (عربسات).

أما المنظمة الدولية للأقـمار الاتـصالات ( انتلـسات ) تـم تأسيـسها 1964م ، وأطلـق أول قمر لها عام 1965م ، ويتكون هيكلها الإداري من ثلاثـة وحـدات تـشمل ، الأطـراف

المشاركة، الموقعون ، مجلس المديرون . وتعتبر ( انتلسات ) القدوة والمثل الأعلى لكل المنظمات الدولية في مجال الأقمار الصناعية . أما المنظمة الأوروبية لأقمار الاتصالات (يتلسات ) فهي أتت على طراز سابقتها في هيكلها وتنظيمها، وأطلقت أول قمر لها عام 1971م ، وهي تعتمد على حزمKU حتى تتفادى تداخل الترددات التشويش بين أقمارها وأقمار ( انتلسات ).

أما نظام البث المباشر الذي يقصد به إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي وأجهزة الاستقبال دون المرور عبر المحطات الأرضية ، فكان السبق أيضاً للاتحاد السوفيتي بتجربته في مطلع السبعينات بإرسال قمر إلى سيبريه ولحقت به بعد ذلك الولايات المتحدة الأمريكية بتجربتها في الهند وكندا.

ويحتاج نظام الاستقبال من الأقمار الصناعية عبر البث المباشر إلى هوائي استقبال (Dish) ووحدة خارجية (LNB) وكابل للتغذية ، ووحدة داخلية (Receiver ) ، ومازال الوقت مبكراً لاستقبال البث المباشر دون هذه الوحدات.

تعتبر اليابان رائدة في مجال البث المباشر ، وبعدها توالت تجارب الدول المختلفة في شكل فردي أو شكل جماعي.

يعتبر الراديو الفضائي ( البث الإذاعي عبر الأقمار الصناعية ) إنجاز العصر لعالم أمريكي عربي الأصل، سوداني الانتماء (دكتور نوح عزمي سمارة)، إذ أنه يوفر اتصالاً فضائياً كامل النقاء وواضح الصوت لا يشوبه التشويش. تبلغ كلفة المشروع مليار دولار وتتولاه شركة World Space.

ويتكون القطاع الفضائي لهذا النظام من ثلاثة أقمار ( أفري ستار ) و (آسيا ستار ) و( أمري ستار) وتم إطلاق أول قمر ( أفري ستار) عام 1998م ، وإطلاق القمر الأخير ( أمري ستار ) عام 2001م ، وتنافست شركات يابانية كثيرة في تصنيع الراديو(القطاع

الأرضي). وهذه الراديو يحقق فوائد اتصالية كبيرة عجز عنها الراديو التقليدي، كما أنه يعلن نهاية عهد الرقابة والتشويش على الاتصال .

أما الثورة الكبرى الأخرى فتتمثل في استقبال الإنترنت عبر الأقـمار الـصناعية ، والتقنيـة الأخـرى التي بدأت طلائعها في ظهور على المسرح العربي عبر عدد من الشركات العابرة الحدود.

## مصادر مراجع المبحث الثاني


(1) انشراح الشال – الأقمار الصناعية والتجربة السعودية – [ الرياض ، مكتبة دار جدة ، ط1 ، 1996م ] ص ، ص 50-51.

(2) المرجع نفسه ص 51.

(3) على محمد شمو - تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – [ القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 1999م ] ص ، ص 50 –51.

(4) على محمد شمو - تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – مرجع سابق ص33 .

(5) انشراح الشال : [1996م ] الأقمار الصناعية والتجربة السعودية- مرجع سابق ص25.

(6) على محمد شمو:[1999م ] تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص 28.

(7) انشراح الشال : [ 1996م ] الأقمار الصناعية والتجربة السعودية- مرجع سابق ص 53

(8) المرجع نفسه ص 54.

(9) على محمد شمو: 1999م تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص29.

(10) انشراح الشال : [ 1996م] الأقمار الصناعية والتجربة السعودية- مرجع سابق ص 56.

(11) على محمد شمو : 1999م تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص 31.

(12) المرجع نفسه ص 32.

(13) المرجع نفسه ص 32.

(14) إياد شاكر البكري – عام 2000حرب المحطات الفضائية العربية – [ عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 1999م ] ص 19.

(15) على محمد شمو : [ 1999م ] تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص 37.

(16) المرجع نفسه ص 37.

(17) حسن عماد مكاوي – تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات – [ القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط2، 1997م] ص 101.

(18) على محمد شمو: - تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات -مرجع سابق ص 38.

(19) المرجع نفسه ص 39.

(20) حسن عماد مكاوي : [ 1997م ] تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات- ص103.

(21) إياد شاكر البكري : [ 1999م] عام 2000حرب المحطات الفضائية العربية- مرجع سابق ص44.

(22) المرجع نفسه ص ، ص ، 47 - 48.

(23) على محمد شمو : [ 1999م ] تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص ، ص 219 - 220.

(24) المرجع نفسه ص 222.

(25) إياد شاكر البكري : [ 1999م] عام 2000حرب المحطات الفضائية العربية- مرجع سابق ص ، ص 50 - 51.

(26) المرجع نفسه ص 51.

(27) المرجع نفسه ص 23.

(28) على محمد شمو: - تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات -مرجع سابق ص 93.

(29) المرجع نفسه ص 93.

(30) المرجع نفسه ص 98.

(31) إياد شاكر البكري : [ 1999م ] عام 2000حرب المحطات الفضائية العربية- مرجع سابق ص 36.

(32) المرجع نفسه ص 25.

(33) على محمد شمو– الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة – [ القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 1999م ] ص258.

(34) لؤلؤة ثاني -حوار مع دكتور نوح سمارة – عن ثورة البث الإذاعي عبر الأقمار.
http://www.albayan.co.ae/albayan/2000/10/21/eqt/11.htm

(35) المرجع نفسه.ص11.

(36) علي محمد شمو– الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة – مرجع سابق ص 261.

(37) على محمد شمو:[1999م] الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة مرجع سابق ص270.

(38) Kickard ،Jack ،EditorsNotes ،June1995.

http://www.broadwatch.com./mgg/95/june/bwnl.ht.p.1

(39) Ibid.p.1

(40)Ibid.p.1

(41) ناصر الصرامي – إنترنت الفضاء ( المستقبل .. هل يمكن منعة ؟)

http://server1.alriyadh.com.sa./writers/kpage.asp?art=9491&ka=2

(42) صحيفة الشرق الأوسط – الصادرة يوم 2003/6/19م – العدد (8969) ص11.

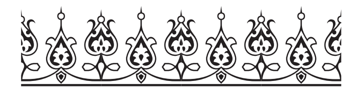
(43) الوطن السعودية ، العدد رقم (787) للسنة الثالثة ، الصادر في 2002/11/25م، ص1.

(44)على محمد شمو : [1999م] الاتصال الدولي والتكنولوجيا الحديثة مرجع سابق ، ص 242ص، 243.

# المبحث الثالث

## المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات)

1. **المطلب الأول: النشأة والتكوين.**
2. **المطلب الثاني: بداية العمل وتطوره.**
3. **ملخص.**
4. **مصادر ومراجع المبحث الثالث**



## المطلب الأول

## النشأة والتكوين

إن فكرة استخدام التقنية في تطور الإعلام العربي طرحها وزراء الثقافة والإعلام العرب في اجتماعهم 1967م في بنزرت بالجمهورية التونسية ، حيث أمنوا على انتهاج الأسلوب العلمي والموضوعي في إدارة أجهزة الإعلام ، والاستفادة من كل ما أحدثته التكنولوجيا من وسائل إنتاج ، وبث المعلومات لمواكبة التطور الذي يحدث في هذا المجال . وأصدروا قراراً يحث الأمانة العامة دراسة {وسائل التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال وخاصة الأقمار الصناعية لغرض الاستفادة منها في مجال الدعوة العربي}(1).

وقد بحث اجتماع تأسيس اتحاد إذاعات الدول العربية المنعقد بالخرطوم العاصمة السودانية عام 1969م كيفية تنفيذ قرار وزراء الإعلام العرب السابق ذكره ، وقد {دعت الخرطوم إلى تبني فكرة إطلاق قمر عربي على أن يخطو الاتحاد في سبيل تحقيقها خطوات عملية }(2).

واستجاب الاتحاد إلى الفكرة وطلب من اليونسكو المساعدة في دراسة جدوى المشروع . وافقت اليونسكو على الطلب الاتحاد وشكلت فريقاً من الخبراء برئاسة الخبير السويدي إدوارد بلومان ED.Ploman { وتحملت اليونسكو نفقات هذا الفريق }(3).

وباشر الفريق مهامه وزار 1970م معظم الدول العربية ليوصي بعدها بجدوى المشروع ، والحاجة العربية الماسة له. فرفع الاتحاد الموضوع إلى اللجنة الدائمة للإعلام في الجامعة العربية والتي عرضته بدورها على اجتماع وزراء الإعلام العرب المنعقد في عام 1971 م ، ولكن وزراء الإعلام العرب بعد أن أقروا المشروع ؛ فشلوا في إقناع

الحكومات العربية بتمويله. وبعد مضي خمسة أعوام ؛ تم رفعه لاجتماع وزراء الاتصالات العرب 1976م ، {فأدخلوا عليه بعض التعديلات التي جعلت منه مشروعاً اقتصادياً واستثمارياً لأغراض الاتصالات عامة }(4).

وفي 12مارس عام 1976م وافق مجلس الجامعة العربية على الاتفاقية المؤسسة لإنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية بقراره رقم (3426)؛ كهيئة ذات شخصية قانونية كاملة ومستقلة في إطار الجامعة العربية ؛ بغية توفير استثمار فضائي عربي لتأمين الخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات الفضائية لجميع الدول العربية الأعضاء في جامعة الدول العربية وللمستعملين، وفقاً للمعايير والأساليب الفنية والاقتصادية المعمول به عربياً ودولياً.

وتقوم المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية في سبيل تحقيق أهدافها بمزاولة كافة الأنشطة والأعمال المرتبطة بذلك ، على سبيل المثال منها، ما يلي :-

1- تشغيل واستثمار قطاع فضائي عربي ، سواء على أساس الإنشاء والتملك أو على الاستئجار و فق ما تراه مناسباً.

2- ترتيب حركة الاتصالات الهاتفية والتلكسية والبرقية وتراسل المعطيات.

3- ترتيب النقل التلفزيوني والإذاعي بين الأعضاء بواسطة الشبكة الفضائية العربية، وبالتنسيق مع الإدارات والهيئات المعنية.

4- وضع قواعد استعمال القنوات المخصصة للتلفزة والإذاعة بما يحقق المطالب المحلية والجماعية للأعضاء.

5- تقديم خدمات استشارية في مجال الاتصالات الفضائية بمقابل.

6- تشجيع قيام صناعات عربية لتجهيزات القطاع الفضائي وللتجهيزات الأرضية في محطات استقبال وإرسال.

7- استثمار أموالها بما لا يتعارض مع أهدافها.

8- أي أنشطة أو أعمال أخرى اخدم أهدافها.

ويوجد مقر المنظمة ( بالرياض) بالمملكة العربية السعودية ، و توجد محطة التحكم الرئيسة في (ديراب) بالمملكة أيضاً ، كما توجد محطة التحكم المساندة في (الدخيلة) بتونس.

وتتكون المنظمة العربية للاتصالات الفضائية من ثلاثة أجهزة رئيسة.

(أ) الجمعية العامة : وتتكون من الوزراء المسؤولين عن الاتصالات السلكية واللاسلكية في الدول العربية الأعضاء أو من يفوضونهم . وتعتبر الجمعية العامة السلطة العليا في المنظمة وتجتمع مرة كل عام ، والرئاسة فيها بالتناوب وفق الترتيب الهجائي ويحضر اجتماعاتها مجلس الجامعة العربية ، واتحاد إذاعات الدول العربية ، والاتحاد العربي للاتصالات السلكية واللاسلكية ، والمنظمة العربية للتربية ا لثقافة والعلوم.

(ب) مجلس الإدارة يتكون من تسعة أعضاء يتم اختيارهم سنوياً كما يلي:-

- الخمسة الأعضاء الأوائل في نسب المساهمة في رأس مال المؤسسة، وفي حالة تساوي أكثر من العدد المحدد في نسب المساهمة يتم اختيار العضو الأكبر في نسبة الاستخدام.
- العضوان صاحبا أعلي نسبة في الاستخدام بخلاف الخمسة المذكورين في الفقرة أعلاه من الأعضاء المسددين لالتزاماتهم المالية.
- عضوان آخران من المسددين لالتزاماتهم المالية يتم انتخابهما من غير المذكورين أعلاه .

(ت) الجهاز التنفيذي : يتألف من الوحدات الإدارية يحددها النظام الداخلي للمؤسسة ، ويتولى رئاسته المدير العام ويعاونه عدد كاف من الموظفين والفنيين والإداريين.

بلغ رأس مال مؤسسة عربسات عند قيامها ( 163) مليون دولار موزعة على الدول الأعضاء كالآتي(5):-

| %Participation Paid Capital نسبة المساهمة في رأسمال | Member Country الدولة | الرقم |
|---|---|---|
| %36 ،66 | المملكة العربية السعودية | 1 |
| %14 ،59 | دولة الكويت | 2 |
| %11 ،28 | الجماهيرية العربية الليبية | 3 |
| %9 ،81 | دولة قطر | 4 |
| %4 ،66 | دولة الإمارات العربية المتحدة | 5 |
| %4 ،04 | المملكة الأردنية الهاشمية | 6 |
| %3 ،83 | الجمهورية اللبنانية | 7 |
| %2 ،45 | دولة البحرين | 8 |
| %2 ،08 | الجمهورية العربية السورية | 9 |
| %1 ،9 | جمهورية العراق | 10 |
| %1 ،72 | جمهورية الجزائر الديمقراطية | 11 |
| %1 ،65 | الجمهورية اليمنية | 12 |
| %1 ،59 | جمهورية مصر العربية | 13 |
| %1 ،23 | سلطنة عمان | 14 |
| %0 ،74 | الجمهورية التونسية | 15 |
| %0 ،61 | المملكة المغربية | 16 |
| %0 ،27 | جمهورية السودان | 17 |
| %0 ،27 | جمهورية موريتانيا الإسلامية | 18 |
| %0 ،25 | دولة فلسطين | 19 |
| %0 ،24 | جمهورية الصومال الديمقراطية | 20 |
| %0 ،12 | جمهورية جيبوتي | 21 |

**جدول رقم (1)**

**يوضح مساهمة الدول الأعضاء في عربسات**

وتنص الاتفاقية على وجوب زيادة رأسمال المؤسسة. وعند ما زادت كلفة المشروع مع مرور الزمن زادت المؤسسة رأسمالها إلى ( 200) مليون دولار موزعة على ألف سهم ، وتسهم {السعودية بنسبة 26/2% وتأتي في المرتبة الأولي ، تليها ليبيا بنسبة 5/ 18%، ثم مصر بنسبة 10/4%، والكويت بنسبة 8/3%، والإمارات العربية المتحدة بنسبة 6/6%}( 6)، وهؤلاء يشكلون الأعضاء الدائمين، أو الأوائل في نسب المساهمة.

## المطلب الثاني

## بداية العمل وتطوره

وبدأ العمل في انشأ النظام الفضائي العربي في عام 1978م بتوقيع عقد الخدمات الاستشارية لإنشاء نظام فضائي عربي إقليمي للإدارات العربية ، وفي عام 1979م تم طرح عطاء لتصنيع أقمار عربسات وتم تجديد العطاء في عام 1980م.

وبدأت الخطوات التنفيذية عام 1981م عند ما تعاقدت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية مع شركة أيرو سب شيال الفرنسية Aerospatiale لتصميم ثلاثة أقمار متشابهة identical لفائدة عربسات وهي [ 1-A]و [1-B] و[1-C]، بحيث يعمل الأول في مداره المحدد ، والثاني أيضاً يعمل في مدار مواز ولكنه يمثل احتياطياً دائماً للأول، ليحل محله في حلة عطله عن العمل لأي سبب.

أما الثالث فهو احتياطي للاحتياطي يبقي على الأرض؛ ولكنه على أهبة الاستعداد للانطلاق إلى مسار ثالث، بحيث يلعب دور الاحتياطي للقمر الثاني ، عندما يبدأ القمر الثاني العمل في حالة تعطل الأول.

وفي عام 1981م تم التعاقد مع شركة آريان الأوروبية لإطلاق القمر العربي الأول، وفي العام الثاني تم التعاقد مع وكالة ناسا الأمريكية لإطلاق القمر الثاني . وفي عام

1983 م تـم تعاقـد مـع شركـة [NEC] اليابانيـة لتـصميم وتنفيـذ محطتـي الـتحكم الرئيـسة ومحطـة المساندة.

وقد تم إطلاق القمر الأول [ عربسات 1-A] في الثامن من فبراير 1985م محمـولاً عـلى الـصاروخ الفرنسي ( اريان) ليستقر على المدار الثابت باتجاه19 درجة شرقاً، بعمـر تـشغيلي يبلـغ سـبعة أعـوام (انتهي في يوليو 1992م ) ، وكان قرار إطلاقه { سياسياً عبر عن إرادة سياسية ووحدويـة }(7)، وعنـد ما استقر القمر الأول لعربسات في مداره تبين عنـد محاولـة تـشغيله{ بـه؛ قناتـان عاطلتـان إلى جانـب صـعوبة انفتـاح خلايـاه الشمـسية التـي تمـده بالطاقـة ، إضـافة إلى تعطـل جهـازه الخـاص بتحديـد الاتجاه}(8)، ولكن هذا لم يمنعه العمل.

وكانت الانطلاقة الأولي لعربسات في مجال التشغيل الفضائي في الثاني والعشرين مـن أغـسطس 1985م، مستهلة نشاطها ببث تلفزيوني لشعائر الحـج مـن الأراضي المقدسـة إلى الـدول العربيـة كافـة التي كانت تمتلك محطات أرضية مؤهلة للاسـتقبال ، واقتـصرت الخدمـة في بدايـة البـث عـلى بـرامج ناطقة باللغة العربية ، ثم بعد ذلك بدأت بعض الدول العربية بث برامجها التلفزيونية المحليـة بغيـة توصيلها إلى المناطق النائية داخل حدودها ، فأصبح بإمكان المواطنين العرب داخـل دولهـم وحتـى في المهجر متابعة ما يدور في أوطانهم.

وبعد أربعة أشهر من إطلاق القمر الأول لعربـسات وتحديـداً في ليلـة 17-18 يونيـو 1985م حمـل المكوك الفضائي الأمريكي ( ديسكفري ) عربسات [1-B]، منطلقاً من قاعدة (كيب كينيدي) في ولايـة فلوريـدا الأمريكية ؛ ليضعه على مداره الاستوائي على خط 26 درجة شرقـاً، وبـه [25] قنـاة كلهـا صـالحة للعمـل ، [11] قناة لخدمة الهاتف الإقليمي ، ومثلها للخدمات المحلية، وقناتان لنقل برامج التلفزيون ، والجميع في الحيـز الـترددي (C) إلا قنـاة واحـدة غزيـرة الإشـعاع في الحيـز الـترددي(S) اسـتأجرتها المملكـة العربيـة

الـسعودية. واسـتطاعت مؤسـسة عربـسات أن تطـور مـن قـدراتها وتجـري صيانة لأقمارهـا بواسـطة مهندسين عرب ، عندما تمكنت منذ عام 1988م من الاستغناء عن الخـدمات الأجنبيـة للمهندسـين غـير العرب.

وفي 25 فبراير 1992م أطلق القمر الثالث من أقمار الجيل الأول وهـو (1-C) بواسـطة الـصاروخ (آريان ) ليضعه على المدار الثابت باتجاه31 درجة شرقاً ، ويتميز القمر الثالـث ؛{ بأنـه يحمـل وقـوداً أكثر من القمرين الأولين ، ويمكنه البقاء والاستقرار في الفضاء وفي وضع تشغيلي أكـثر مـن تلـك الفـترة التي قضاها الأولان }(9).

وقد بيع القمر (1-C) في 26نوفمبر1997م لمنظمة بحوث الفـضاء الهنديـة( Indian Space Research Organization) ، بمبلغ أربعين مليون دولار ، ويرجع سبب البيع إلي؛{إفراطـه في اسـتهلاك الوقـود Excess fuel }(10])، وهذه الأقمار الثلاثة متزامنة و تبلغ تكلفتها (250) مليون دولار .

وفي فبراير عام 1993م وقعت مؤسسة عربسات مع شركة ( أيـرو سـب شـيال) الفرنـسية عقـداً لتـصنيع أقـمار الجيـل الثـاني بتكلفـة بلغـت (380) مليـون دولار . وذلـك لمقابلـة الطلبـات المتزايـدة للخدمات العادية ، وخدمات الاتصالات الجديدة، وتأكيد استمرار الخدمات الفضائية.

ويتضمن الجيل الثاني أربعة أقـمار ، قمـران متـشابها ن، أطلـق الأول والـذي هـو ( 2-A) في 9 يوليو 1996م ليستقر على مداره باتجاه 26درجة شرقاً ، بينما أطلـق القمـر الثـاني (2-B) في 13نـوفمبر 1996م ليستقر على مداره باتجاه30/5درجة شرقـاً ، ويبلـغ العمـر التـصميمي {لهـذا الجيـل 12عامـاً، ومن المنتظر أن يبلغ عمره 15عاماً}(11). ولكن المفاجأة أن المؤسسة العربية الاتصالات الفضائية أعلنت يـوم 16يونيـو 2003م أن القمـر الـصناعي (2-A) سـوف يتوقـف نهائيـاً عـن الخدمـة ؛{بـسبب الأعطـال التي حدثت لمحركات الدفع فيه}(12) ، دون ما هـو مخطـط لـه، ليـتم ؛{تحويـل الحزمـة C-Band مـن

القمر الصناعي (2-A) إلى القمر الـصناعي (2-C) بنهايـة يوليـو عـام 2003م }(13). وأخطـرت في نفـس اليوم جميع القنوات التلفزيونية والإذاعية المستخدمة القمر الصناعي (2-A) الحزمـة (C) ، بالتحويـل إلى القمر الصناعي (2-C ) ، وبالفعل تم التحويل.

ويذكر أن ( عربسات2 -A) يضم 34قناة قمرية تتوزع كالآتي:-

# 12قناة قمرية في الحزمة KU .

# 8 قنوات في الحزمة C عالية التردد ، و14 قناة في الحزمةC متوسطة التردد.

أما القمر الـصناعي (2-D) بـدأ عملياتـه التـشغيلية في أبريـل 2003م ، و يحمـل (22) قنـاة في الحزمة KU موجهة للبث التلفزيون المباشر ، وكل قناة رقمية تحمل عشرة برامج تلفزيونية.

ويشترك القمر الصناعي ( 2-D) في الاتجاه ( 26) درجة شرقاً مع الأقمار الـصناعية (2-C) و(2-A ) و (3-A)، مما يسهل على المستخدمين في توجيه أطباقهم نحو اتجاه واحد، والاستقبال بهوائي واحد بما يعرف ب ( الخط الساخن)Hot-Spot .

أما القمر الصناعي (2-C)أطلق عام 1997م و يوجد على الخـط 26درجـة شرقـاً ، ويحمـل [18] قناة في الحزمة C ، ويغطي القمر الصناعي (2-C) معظم الدول العربية.

| الوصف | البيانات |
|---|---|
| *قمران صناعيان متشابهان(2A&2B)<br>*قمر صناعي (2D)<br>*قمر صناعي (2C) | عدد الأقمار (No. of satellite) |
| *القمران (2A&2B) أطلقا في 1996م.<br>*القمر (2D)أطلق عام 1998م.<br>* القمر (2C) أطلق عام 1997م | تاريخ الإطلاق (Launch Date) |
| *القمر العربي (2A) على26 شرقاً.<br>*القمر العربي (2B) على 30/5 شرقاً.<br>*القمر العربي (2D) على 26شرقاً.<br>* القمر العربي (2C) على26 شرقاً. | موقـع القمـر الـصناعي في المـدار (Orbital Locations ) |

**جدول رقم (2)**

**يوضح ملامح الجيل الثاني من القمر الصناعي العربي**

وتم تصميم الجيل الثاني من عربسات وفق أحـدث المـستويات ، والمواصـفات المتـوفرة عالمياً لتواكب التقنية الحديثة في الأقمار الصناعية العاملة ، وتمتاز أقمار الجيل الثاني بقـدرة إشـعاعية أقـوي مـن قـدرة أقـمار الجيـل الأول ، { فبإمكـان المـشاهدين التقـاط القنـوات التلفزيونيـة التـي يحملهـا باستخدام أطباق استقبال بقطر 80 سنتمتراً}(14).

أما الجيل الثالث من أقمار عربسات يمثله القمر ( 3-A) من صنع شركة ابروسبشيال الفرنـسية، وهو قمر الاتصال المباشر ( DBS) مخصص للخدمات التلفزيون والراديو ، وقد دخل الخدمة في 27مايو 1999م ، ومصمم على أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الأقمار الصناعية من تطور، { ليعمل – إذا أراد – وفق التقانة الرقمية الجديدة Digital Technology}(15).

وقد عدد البروفيسور على محمد شمو الميزات التي يتمتع بها الجيل الثالث من عربسات في الآتي (16):-

1- يعمل الجيل الثالث كله على حيز ( KUBand) وبتردد عالي بين 17/3إلي 18/1 قيقاهاتز للوصلات الرافعة و 11/7إلي 12/5قيقاهرتز للوصلات الهابطة وهو حيز يضمن قيمة جودة عالية من الإرسال وخاصة للبرامج التلفزيونية والتي ستخصص كل قنواته لها.

2- يبلغ عدد القنوات القمرية فيه 20 قناة وهي كلها مخصصة للبث المباشر ويمكن زيادة سعة القناة القمرية الواحدة لتحمل 8 برامج تلفزيونية ، وقد تصل إلى 14 برنامجاً تلفزيونياً في حالة استخدام التقانة الرقمية المضغوطة Digital Compression وذاك أن نفس القمر يمكن أن يحمل 280 قناة تلفزيونية وعلى الأقل 160برنامج تلفزيوني حسب سرعة الضغط الرقمي Rate of Compression.

3- وضع هذا الجيل (3-A) مع القمر ( 2-A) من الجيل الثاني على مدار واحد على خط 26درجة شرقاً يسهل على مستخدمي الأقمار المباشرة في عربسات توجيه أطباقهم إلى اتجاه واحد يمكنهم من التقاط خدمات هذا القمر والقنوات القمرية الأخرى الموجودة أصلاً على عربسات ( 2-A) ، ويسمي هذا الموقع الساخن( Hot- spot) لأنه يمكن من الالتقاط قمرين بهوائي واحد . والقمران يحملان مجموعة 54قناة قمرية بإمكانها تمرير أكثر من 350 برنامج تلفزيوني يومياً.

4- يغطي عربسات (3-A) جميع الدول العربية ومعظم الدول الأوروبية بشعاع واحد one transponder on one satellite covers them all) .

5- يتميز بانخفاض تعريفة إيجار قنواته القمرية بالمقارنة مع الأقمار الأخرى التابعة لمنظمات الدولية أو الإقليمية ، وكلما زاد استخدام التقانة الرقمية كلما قلت الأسعار نظراً لزيادة السعة .

6- يمتاز بوفرة الطاقة التحميلية والمرونة في التعامل مع المستخدمين لنظام عربسات في نقل القنوات المؤجرة في أقمار الجيل الثاني إليه .

7- وجود القمر (3-A) على نفس مدار القمر ( 2-A) يسهل التعامل معه للدول التي كانت تتعامل مع ( 2-A) حيث لا يتطلب الأمر تغيير الهوائي المستخدم أصلاً لاستقبال(2-A)، فالقمر (3-A) موجود على نفس المدار الذي ونفس الخط هو 26 درجة شرقاً.

ولم تقف عربسات إزاء التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات الفضائية في العالم، إنما سعت لتطوير استراتيجيتها الخاصة بمؤسسة عربسات لتواكب تحديات العولمة الإتصالية ، وقال المدير العام للمؤسسة ، {إن المؤسسة وضعت بالتعاون مع إحدى الشركات الاستشارية العالمية استراتيجية إلى المرحلة المقبلة، والخطة التجارية، وإعادة هيكلة الجهاز التنفيذي، وتطبيق الإجراءات الكفيلة بتحسين أساليب العمل ، وتحديد الاختصاصات ، وزيادة إنتاجية العاملين وتحسين بيئة العمل ؛ على الأسس الفنية والإدارية والمالية الحديثة }(17).

وهذا الإجراء يهدف تحقيق نقلة نوعية في مجال وتوفير الخدمات لكافة الدول الراغبة وزيادة حجم التغطية لتشمل كل أوروبا وتتجه إلى أمريكا، وخاصة بعد أن استكملت مؤسسة عربسات ، كما جاء في الأخبار تسويق كافة السعات القمرية على أقمارها العاملة في المدار حالياً، واستطاعت أن تحقق ، { إيرادات بلغت عام 2002م نحو 152مليون دولار أمريكي مع صافي أرباح يزيد من 75مليون دولار أمريكي }( 18).

أما الجيل الرابع ل (عربسات ) يسعى حسب الخطة الموضوعة له التوسع في خدمات الاتصالات الفضائية ، وتلبية الطلب المتزايد لهذه الخدمات من قبل الشركات والمؤسسات الحكومية، وشركات ومؤسسات القطاع الخاص في العالم العربي، والدول المجاورة ضمن مناطق تغطية أقمار عربسات ، {فالاتصالات تجري مع صانعي الأقمار

الصناعية العالميين ممن يمتلكون الخبرة في هذا المجال؛ لتقديم عروضهم لتصنيع أقمار هذا الجيل (19)}.

**مخلص**

تم طرح فكرة استخدام التقنية في الإعلام لأول مرة في اجتماع وزراء الثقافة والإعلام العرب عام 1967م بالجمهورية التونسية . في عام 1969 تبني اتحاد الإذاعات العربي في اجتماعه التأسيسي بالخرطوم فكرة إطلاق قمر صناعي عربي ؛ وسعي لتنفيذها، فطلب من اليونسكو الدعم عبر قيامها بدراسة الجدوى . وافقت اليونسكو وأعدت دراسة الجدوى التي كانت في صالح المشروع .

وفي عام 1971 م أمن مجلس وزراء الإعلام العرب على الفكرة و أجازها ، ولكنه فشل في إقناع الحكومات العربية بالجدوى الاقتصادية للمشروع ، إلا بعد أن تبني وزراء الاتصالات العرب المشروع وأدخلوا عليه تعديلات جعلته مقنعاً من الناحية الاستثمارية. وفي عام 1976م وافق مجلس الجامعة العربية على الاتفاقية المؤسسة للمشروع بالقرار رقم (3436) ، وباشرت المؤسسة العربية الاتصالات الفضائية أعمالها في أول يوليو 1978م وفق أهدافها المتمثلة في تأمين الخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات الفضائية لجميع الأعضاء وللمستعملين الآخرين على ضوء المعايير والأساليب الفنية والاقتصادية المعمول بها عربياً ودولياً.

أما الهيكل الإداري للمؤسسة العربية للاتصالات الفضائية فيتكون من جمعية عمومية ومجلس إدارة وجهاز تنفيذي . وقد بلغ رأسمال المؤسسة عند قيامها (163) مليون دولار أمريكي موزعة إلى ألف سهم قيمة كل سهم(100) ألف دولار . شكلت المملكة العربية السعودية وليبيا ومصر والكويت والإمارات العربية المتحدة أوائل الدول في المؤسسة والتي تعرف باسم ( الدول الدائمة العضوية في مجلس إدارة المؤسسة ).

في عام 1978م تم التوقيع على عقد الخدمات الاستشارية لإنشاء نظام فضائي عربي إقليمي . وفي عام 1979م وعام 1980م تم طرح عطاء تصنيع أقمار عربسات . وفي عام

1981م تم التعاقد مع شركة أيروسب شيال الفرنسية لتصميم وتصنيع ثلاثة أقـمار لعربـسات( 1-A.1-B.1-C).

وفي عام 1981م تم التعاقد مع شركة (اريان ) الأوروبية لإطـلاق القمـر العـربي الأول ، وفي عـام 1982م تم التعاقد مع شركة ( ناسا ) الأمريكية لإطلاق القمر العربي الثاني ، وفي عام 1983م تم التعاقد مع شركة (NEC) اليابانية لتصميم وتنفيذ محطتي التحكم الرئيسة ومحطة المساندة .

وفي 8 فبراير 1985م تم إطلاق القمر العربي الصناعي (1-A) بواسـطة الـصاروخ (اريـان) ليـضعه على المدار الاستوائي على اتجاه 19درجة شرقاً، وفي 17يونيو 1985م تم إطلاق القمـر العـربي الثـاني 1-B بواسطة المركبة الفضائية الأمريكية ( ديسكفري ) على اتجاه 26درجة في المدار الاستوائي. وفي أغـسطس 1985 م بدء العمل الرسمي لنظام عربسات ببث شعائر الحـج مـن المملكـة العربيـة الـسعودية ، وفي عام 1988م استغنت عربسات من الخبرة الأجنبية في صيانة الأقمار.

وفي فبرايـر 1992م أطلـق القمـر الثالـث مـن أقـمار الجيـل الأول (1-C) ، وفي عـام 1993م تـم التوقيع مع الشركة الفرنسية (ايروسب شـيال ) لتـصنيع قمـرين مـن أقـمار الجيـل الثـاني الأربعـة . في ويوليو 1996م أطلق القمر الصناعي (2-A) ، وفي13 نوفمبر 1996م أطلق القمـر الـصناعي (2-B) ، وفي عام 1998م أطلق القمر الـصناعي (2-D) ، وفي عـام 1997م أطلـق القمـر الـصناعي (2-C) والـذي بـدأ عمله في أبريل 2003م، وهذا الجيل الثاني من أقمار عربسات تم تـصميمه وفقـاً لأحـدث المـستويات والمواصفات المتوفرة عالمياً لتواكب التقنيات في الأقمار العالمية العاملة.

أما الجيل الثالث من أقمار يمثله القمر الصناعي (3-A) الـذي أطلـق في 27مـايو 1999م وهو قمر الاتصال المبـاشر ، ويغطـي جميـع الـدول العربيـة ومعظـم الـدول

الأوروبيـة،  ويتميـز بانخفـاض التعريفـة ،  ويمتـاز بـوفرة الطاقـة التحميليـة والمرونـة في التعامـل مـع المستخدمين.

أما أقمار الجيل الرابع فمازال التشاور يجري لتصنيعها بقصد تلبية الطلب المتزايد في الخـدمات الفضائية في القطاعين العام والخاص . وضعت المؤسسة العربيـة للاتـصالات الفـضائية في آخـر اجـتماع لمجلس إدارتها خطة لإعادة هيكلة الجهاز التنفيذي لتحسين بيئة العمل وزيادة إنتاجية العاملين.

# مصادر ومراجع المبحث الثالث


(1) على محمد شمو– تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – [ القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 1999م ] ص 153

(2) المرجع نفسه ص154.

(3) المرجع نفسه ص 154.

(4) المرجع نفسه ص 155.

(5) http:// www.arabsat.com/about_us/member.html

(6) أياد شاكر البكري – 2000حرب المحطات الفضائية – [ عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1، 1999م ] ص53.

(7) سجاد الغازي – مقال عن القنوات الفضائية العربية تنافس أم تكامل – [مجلة الدراسات الإعلامية العدد ( 109) الصادر في أكتوبر / ديسمبر 2002م ] ص 93

(8) انشراح الشال – الأقمار الصناعية والتجربة السعودية – [ جدة ، مكتبة دار جدة للنشر ، ط1 ، 1996م ] ص152.

(9) على محمد شمو: [ 1999م ] تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات مرجع سابق ص 156.

(10) http:// www.arabsat.com/satgen/index.html

(11) المرجع نفسه ص 164.

(12) صحيفة الشرق الوسط – الصادرة في 4/16/ 2003م العدد رقم (8966) ص22

(13) http://www.arasat.com/ satgen/second.html

(14) أياد شاكر البكري : [ 1999م ] مرجع سابق ص 57.

(15) على شمو:[ 1999م ] تكنولوجيا الفضاء وأقمار اتصالات مرجع سابق ص 164

(16) المرجع نفسه ص، ص، ص، 165، 166، 168.

(17) صحيفة الو طن السعودية ، العدد رقم ( 787) السنة الثالثة ، الصادرة في 2002/11/15م، ص 1.

(18) المرجع نفسه ص 1.

(19) المرجع نفسه ص1.

# المبحث الرابع

## القنوات الفضائية الدولية

## والعربية الحرة

1. **المطلب الأول: مقدمة عن البث عبر القنوات الفضائية**
2. **المطلب الثاني: القنوات الفضائية الدولية الحرة .**

**أ. محطة CNNالأمريكية.**

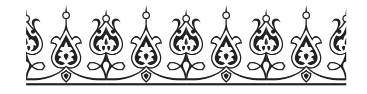
**ب. محطة BBCWorldالبريطانية.**

3. **المطلب الثالث : القنوات الفضائية العربية الحرة .**

**أ. قناة الجزيرة الفضائية .**

**ب. مركز تلفزيون الشرق الأوسط.**

4. **ملخص.**
5. **مصادر ومراجع المبحث الرابع.**



## المطلب الأول

## مقدمة عن البث عبر القنوات الفضائي

ظل المستمع العربي لسنوات طويلة قانعاً بما يستمع إليه من إذاعات محلية حكومية ، تقدم له وجهة نظر واحدة ، هي وجهة نظر الدولة أو الحكومة على وجه تحديد . وهذا الموقف جعله أمام خيارين أما التوافق مع وجهة نظر حكومته ، أو البحث عن إذاعات أخري تشبع تطلعاته . ومن هنا راجت لدي المواطن العربي بعض الإذاعات الأجنبية وعلى رأسها إذاعة (BBC) العربية التابعة لهيئة الإذاعة البريطانية ، ومحطة( مونت كارلو) الناطقة بالعربية التي تصدر عن فرنسا ، وإذاعة (صوت أمريكا ) الناطقة بالعربية.

وهكذا الحال بالنسبة للتلفزيون عند ظهوره ، إذ ظل المشاهد العربي أسيراً لوجهة نظر واحدة، ولكن بظهور البث المباشر اندفع المشاهد العربي إلى اتخاذ موقف سريع بالاستجابة باقتناء أجهزة وأطباق الاستقبال لمتابعة الرأي الآخر.

فتابع المشاهد العربي وقائع الحرب الأولى على العراق التي سميت ( بعاصفة الصحراء) عبر الشبكة الإخبارية الأمريكية (CNN) . وقد قدمت ( CNN) وقائع الحرب دقيقة بدقيقة ، ولاحظ المتابع الحرفية المهنية في كتابة الأخبار والتقارير الصحفية ، والصور الحية من ميدان المعركة.

فشكلت تغطية هذا الحدث نقلة كبيرة للمواطن العربي حيث وضعته على أبواب ثورة إعلامية ضخمة تميزت بالآتي :(1)

# فتح ثغرة في منظومة التغطية الإعلامية المحلية التي استمرت لفترة طويلة بدون منافس.

# التقنية الحديثة جعلت المشاهد العربي أكثر قرباً للحدث عبر رؤيته للعمليات الحربية في مواقعها الميدانية.

# أبانت التغطية للمشاهد العربي الإمكانيات الإعلامية الحديثة في تنوع أساليب العرض والتقديم وسرعة الانتقال على موقع الحدث ، وهو ما يختلف جذرياً مع أسلوب الإعلام السائد في المنطقة العربية ، وهذا له تأثير على موقف المشاهد العربي وعلى ثقافته.

فظهر تأثير الثورة الإعلامية على العالم العربي ، فنشأت قنوات فضائية خاصة تتمتع بالاستقلالية ، فلا غرابة إن تحول المشاهد العربي في مارس 2003م منذ الضربة العسكرية الأولي على العراق إلى القنوات الفضائية العربية المستقلة ، أو التابعة للقطاع الخاص أو الحكومية التي التزمت الجانب المهني (قناة أبو ظبي).

و استطاعت هذه القنوات كشف الكثير من التناقضات فيما تبثه الوكالات والمحطات الغربية وتجبرها على التراجع ، والأمثلة كثيرة ، حيث الادعاء بعدم وجود قتلي وأسري أو سقوط طائرات في الأيام الأولي للحرب ، حتى نشرت قناة الجزيرة الصور ، وأجبرت الناطقين الأمريكيين والبريطانيين على الاعتراف ، ثم تحولت المعركة الإعلامية إلى الانتهاكات العراقية لاتفاقية جنيف لأسري الحرب بعد إن كانت إنكاراً لوجودهم ابتداءً { وانتقد كل من الرئيس الأمريكي ورئيس وزراء بريطانيا ، والقادة العسكريون قناة الجزيرة بالاسم لنشرها صور الأسري }(2).

واستطاعت هذه القنوات عبر برامجها الحوارية، أن تملك الجماهير العربية المعلومات الحقيقية للغزو الغربي على العراق، فخرجت المظاهرات الشعبية التلقائية في كثير من المدن العربية ؛ مندده بالعدوان على الشعب العراقي ؛ باعتباره عدواناً على الأمة العربية كلها .

فالقنوات العربية نجحت في إعادة إحياء القومية العربية، والتقارب بين الشعوب العربية ؛ بعد أن كادت روابط الوحدة العربية أن تتآكل . فلم تستجب الجماهير العربية ؛

للحملة الإعلامية الكبيرة التي قادتها الآلة الإعلامية الأمريكية والبريطانية، متمثلة في محطتي (CNN) و (BBC) لتبرير الحرب على العرق بحجة تدمير أسلحة الدمار الشامل .

فأدخلت هذه القنوات العربية المشاهد في مرحلة جديدة، جعلته يتطلع إلى أفق أوسع في ممارسة إعلامية ؛ تتسم بالصدقية، والشفافية، والمهنية العالية ، مما يحتم على القنوات الجديدة والقنوات الحكومية الارتقاء بمستوي أدائها المهني ؛ لتجد مساحة من القبول لدي الجماهير العربية . ولذا ويقول جون ب . والترمان(Jon B.Alterman )من قسم البحوث والدراسات بمعهد السلام الأمريكي {إن الفضائيات الحكومية العربية مضطرة إلى مجاراة الرأي العام، والدول التي سوف تتردد في ذلك سوف تتخلف عن باقي دول العالم }(3) ، ومرجع ذلك أن البث المباشر دخل كل مدينة وقرية ، وأثر على المجتمعات في نواحي مختلفة، حيث برزت {اتجاهات اقتصادية وفكرية تحررية جديدة في العالم مع انتهاء الحرب الباردة ، كتغلغل مفاهيم الديمقراطية واقتصاديات السوق}(4).

ويرجع ظهور القنوات الفضائية في العالم لعام 1985م عندما بدأت شبكة الكوابل الإخبارية الأمريكية (CNN) الإرسال مستخدمة الأنظمة الكابلية ، لتبدأ عام 1992م البث مباشر لإطباق الاستقبال . ثم أسست هيئة الإذاعية البريطانية (BBC) خدمة إخبارية تلفزيونية مباشرة في آسيا عن طريق تلفزيون (STAR) الذي يبث برامجه المتنوعة من هونغ كونغ ، ليغطي أربعين دولة . فتوالي منذ عام 1993م ظهور القنوات الفضائية العامة و الخاصة في المجتمع الأوروبي والأمريكي.

أما في المجتمع العربي فمنذ عام 1990م ، بدأت الدول العربية تتنافس بقوة للدخول في مجال البث التلفزيوني المباشر ، و ناشدت لجنة الخبراء حول الاستخدام الأمثل للشبكة الفضائية بالجامعة العربية في اجتماعها المنعقد في الفترة من ( 11-13 مايو 1992م) وزراء الاتصالات ووزراء الإعلام في الدول العربية لتبني عدد من التوصيات التي أقرتها ، والتي منها{ توفير المزيد من قنوات البث التلفزيوني الفضائي العربي المباشر،

لتوفير البديل العربي القادر على المنافسة في عصر البث المباشر الوافد من الخارج }(5) . وقد صادق مجلس وزراء الإعلام العرب في دورته الخامسة والعشرين المنعقدة بالقاهرة في الفترة من ( 19-20 سبتمبر 1992م ) على توصيات اللجنة والتي منها التوصية المشار إليها آنفاً، بشان الاستخدام الأمثل للشبكة الفضائية العربية ، وإن كان ظهور الفضائيات العربية بدأ قبل المصادقة على التوصية.

فبدأت الفضائية المصرية بث برامجها منذ عام 1990م، وتلتها في الفترة ما بين عامي (1992و1994م) ظهور سبع عشرة فضائية . فتأسست محطة MBC 1991 كأول فضائية عربية تقدم {برامج إخبارية وبرامج تسلية تتميز بمهنية كبيرة ، وكانت الأولي التي كسرت المحرمات المفروضة على إجراء مقابلات مع شخصيات من إسرائيل }(6 ) و تبث برامجها من العاصمة البريطانية (لندن)، كأول شركة خاصة في مجال الإعلام الإلكتروني يملكها عرب ( سعوديون) لهم علاقة مع العائلة السعودية الحاكمة ، برأسمال قدره ثلاثة ملايين جنيه إسترليني، و {تعمل على نطاق إقليمي وتوجه رسالتها إلى كل العرب أينما كانوا .. في الدول العربية أم في أوروبا والأمريكتين}(7).

وأنشأ الشيخ صالح كامل - وبمشاركة الأمير الوليد بن طلال- في عام 1993 محطة راديو وتلفزيون العرب (ART) التي تعمل من روما ، وهي قناة ترفيهية ، ولكنها تتناول بعض الموضوعات السياسية ، وتجري مقابلات كانت محرمة في السابق ، وتعتبر محطة (ART) من أكثر المحطات انتشاراً ، فقد تميزت بالريادة في مجال تقديم الخدمات المتخصصة ، كقنوات الأطفال والإعلام والرياضة والتسلية والموسيقي وغيرها.

ولحق الأردن بالركب فظهرت قناته الفضائية في عام 1993م ، كما بدأت الفضائية المغربية RBM العمل عام 1994م . وظهرت عام 1994بإيطاليا قناة أوربت (ORBIT)لشيخ صالح كامل ، لتقدم خدمة تلفزيونية مدفوعة الأجر، ثم دخلت بعد ذلك في مشروع إخباري وثائقي مشترك مع هيئة الإذاعة البريطانية عبر [ قناة الأخبار

العربية ] التي تبث بالعربية في عام 1994م . وانسحبت (أوربت ) من المشروع ، بعد قرار هيئة الإذاعة البريطانية ببث برنامج بانوراما ، استضاف معارضين سعوديين انتقدوا النظام القضائي لبلدهم ، واتهموا حكومتهم بانتهاك حقوق الإنسان .

وفي عام 1994م بدأت أوربت برنامجاً سياسياً ، يقدمه الصحفي المصري عماد الدين أديب ويعرض على الهواء مباشرة ، لكن أوربت مثل بقية القنوات الفضائية عانت من مشكلات مالية ، ومن المحتمل أن تنقل إلى البحرين ؛ حيث بالإمكان تخفيض النفقات التشغيلية والضرائبية ، وخاصة أن البحرين بدأت إجراءات إنشاء مدينة الإعلامية حرة . ثم توالت القنوات الخاصة في الظهور مثل تلفزيون المستقبل بلبنان ، والقناة المغربية الثانية بالمغرب ، والقناة المغربية الفرنسية المشتركة بالمغرب وغيرهما.

وفي نوفمبر عام 1996م ظهرت قناة الجزيرة (JSC) كأول قناة عربية متخصصة في مجال الأخبار ، تملكها الحكومة القطرية ، ولها شخصيتها القانونية المستقلة، فغدت من أكثر المحطات مشاهدة في العالم العربي . و تجتهد قناة الجزيرة في تقديم خدماتها بشكل محايد إلى حد ما عبر برامج إخبارية، وحوارات سياسية واقتصادية واجتماعية ، يتنافس فيها ضيوف من أطياف متباينة ، كما تقدم برامج حية تستقبل فيها المكالمات الهاتفية من المشاهدين على الهواء مباشرة.

وفي عام 2002 م بدأت قناة ( العربية) كمجاراة لقناة الجزيرة يمتلكها القطاع الخاص السعودي والكويتي ، وهي تخدم اتجاهات الأنظمة في السعودية والكويت؛ غير الراضية من تناول قناة الجزيرة لقضايا منطقة الخليج.

ولكن رغم أن العالم العربي يعيش عصر السماء المثقوب، مع الاستجابة المقدرة لوزراء الإعلام العرب بالمصادقة على توصية استخدام الشبكة الفضائية العربية ؛ إلا أن بعض الحكومات العربية حظرت البث الفضائي في بدايته ، بإصدار قوانين تحرم ذلك ، وعاقبت من يضبط بحوزته طبق الاستقبال بمصادرته ، ولكنها تراجعت ، وتقدمت

بإجراء ذكي ؛ حين لجأت إلى إطلاق قنوات فضائية، وإن أتي بث هذه القنوات في إطار الحدود التي تلتزم بها الحكومات العربية في إعلامها.

فعبرت هذه القنوات الفضائية العربية عن المسموح به في الإعلام الرسمي ، أو شبه الرسمي ، وإن كان الأمر لم يخل من بعض الجرأة ، أو الممارسة المهنية الممتازة على هامش هذه القناة أو تلك ، {فاستطاعت قناة أبو ظبي الحكومية أن تطور أداءها وتبعد كثيراً من القالب ، الغالب على القنوات الحكومية }(8).

وهذه القنوات الفضائية العربية الإقليمي منها والقومي تشاهد في نطاق القمر المعني، سواء أكان عربسات أو نايل سات أو غيرهما.

ولكن رغم ذلك ظل العقل العربي يبحث في الوسائل التي تقيه من سلبيات البث المباشر، فتورد جريدة البيان الإماراتية خبراً يحكي أن {مهندساً سوريا أخترع جهازاً لإلغاء حركة الدش باتجاه القنوات غير المرغوب بمشاهدتها ، أو إلغاء جميع القنوات الفضائية في حال غياب الأهل عن المنزل }(9) .

وهذا التفكير يعبر عن ثقافة الحجر ، وعدم الثقة في ما تبثه القنوات الفضائية ، كما يعبر عن الفشل في ظل التطورات التقنية في مجال الاتصالات ، وثورة المعلومات التي سوف تتواصل إلى يبلغ الإنسان المستوي الذي يمكنه من تفعيل حواسه الخمس عن بعد، أي عندما تتوفر لديه القدرة على نقل الرائحة والطعم واللمس إلى جانب السمع والمشاهدة عبر هذه الشبكات ، بل {سيتحقق ذلك في الربع الأول من القرن الحادي والعشرين عندما تتيسر إمكانية محاكاة الواقع من خلال شبكات الاتصال ووسائل الإعلام ويصبح السامع قادراً على سماع ما فات عبر التاريخ ، ومشاهدة ما تعجز العين عن رؤيته مجرداً ، وشم رائحة العطور المعروضة على الشاري عبر شاشة التلفزيون، وتذوق طعم الأكلات التي توحي بها الإعلانات ، ولمس نعومة الحرير المعروض للبيع عبر الشبكات}(10) ، مما يؤكد أن الثورة التقنية في مجال الاتصالات تريد عقولاً تتعامل

معها ليس بتفكير الأمس، القائم على الجحر والمنع ، إنما بتفكير يشابه تفكير إيجادها، وتسخيرها لخدمة الإنسانية.

وجاء هذا الفصل ليركز على نماذج من القنوات الفضائية الدولية والعربية الخاصة والمستقلة و المشهورة عربياً؛ التي لعبت دوراً مقدراً في توسيع مساحة الرأي الآخر ، ولما له من علاقة بموضوع الدراسة ، فوقع الاختيار على القنوات الآتية:-

أ- محطة السي إن إن(CNN) الأمريكية .

ب- محطة (BBCW.S.T.V) البريطانية.

ج- محطة الجزيرة(JSC) القطرية.

د- مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC).

## المطلب الثاني

## القنوات الفضائية الدولية الحرة

**أ- محطة السي إن إن** (CNN) **الأمريكية** .Cable News Net work

أسس رو برت أد وارادتيرنر Robert Edward Turnar محطة (CNN) في الأول من يونيو 1980م. ويقوم عمل المحطة على أساس التغطية الحية للأحداث العالمية على مدي [24] ساعة يومياً باستخدام الأقمار الصناعية.

فبدأت المحطة عملها في منزل صغير بمدينة أتلانتا(Atlanta) في ولاية جو رجيا بالولايات المتحدة الأمريكية. واستعانت المحطة في أيامها الأولي بالعناصر ذات الخبرة الكبيرة ، ممن كانوا يعملون في الصحافة والتلفزيون، كما استقطبت أصحاب المواهب من الشباب الذين أعطوا المحطة القدرة على تجاوز قلة الإمكانيات المادية، والذين ؛{ يمثلون

الآن العمود الفقري للمحطة بالرغم من صغر أعمارهـم ، إلا أنهـم محترفـون، وجـادون في تغطيـتهم للأحداث التي تجري في العالم }(11).

وبدأت المحطة ب 300 موظفاً ليصل إلى 1700 موظفا عام 1992م وبدأت ب 28 مكتباً ، منها 9مكاتب داخل الولايات المتحدة الأمريكية 19 مكتباً خارجياً ، منها ، ثلاثة مكاتب في المنطقة العربية ( عمان ، القدس المحتلة ، القاهرة ) ولكن اليوم لها أكثر من 120 مكاتباً موزعاً على 120 دولـة عـلى مستوي قارات العالم ، ويعمل بها أكثر من [2000] مراسل ، ومكتبها الرئيس بلنـدن ويعمـل بـه [55] موظفاً .

يدير المحطة ثلاثة مدريين تنفيذيين تتركز في أيديهم القرارات الحاسـمة ، فـيما يخـص العمـل الإعلامـي والإداري ، و تمتلـك سـت قنـوات تبـث ألوانـاً مختلفـة مـن الـبرامج الإخباريـة و الثقافيـة والاجتماعية والاقتصادية والعلمية ، ولها قنوات متخصصة في أفلام الكرتون والأطفال.

وتـولي المحطـة أهميـة كبـيرة لإنتـاج بـرامج تناسـب المـشاهد في المنـاطق المختلفـة ، فتعطـي لجمهورها حق مشاهدة البرامج في طور الإعداد عبر التغطية الآنية للوقائع العالميـة . وعرفـت المحطـة البرامج الناجحة المتميزة مثل تقرير أسي إن إن العالمي (CNN World Report ) الذي تشارك فيه أكثر من 134 مؤسسة تلفزيونية للأخبار تمثل 109 منطقة ودولـة في العـالم مقابـل حـق المؤسـسات المـشاركة ، الاختيار من المواضيع التي يتناولها البرنامج ، ويتضمن البرنامج تقارير ممتازة مرسلة مجاناً.

وتكرس المحطة جهـدها في تغطيـة الأحـداث المهمـة في العـالم عـبر برنامجيهـا الـساعة الدوليـة (InternationalHour) ، وأخبار العالم (World News) . وينتج هذان البرنامجان في مكتب المحطـة بلنـدن . وهنـاك برنـامج تجـارة العـالم (World Business Today) الـذي بـدأ في 1990م ويجمـع بـين الأخبـار و المعلومات المالية السريعة عبر التغطية الإخبارية وحوارات رجال المال والأعمال.

اهتمت القناة الدولية للمحطة بالتعليم من خلال برنامجها غرفة الأخبارNews Room، ويقدر عدد المدارس التي تتابع البرنامج 25 ألف مدرسة في الولايات المتحدة الأمريكية ويشاهد في فنلندا والنرويج والدانمارك والنمسا وألمانيا.

ومن برامج المحطة الأساسية التقليدية ، التقارير الوثائقية ، تقارير التحقيقات ، التقارير السرية ، التقارير الاقتصادية ، التقارير الرياضية ، تقارير المقابلات والتقارير الإخبارية. وتحتفظ المحطة بعلاقات تعاون مع 400 محطة تلفزيونية فرعية منتشرة في جميع أنحاء العالم ، إضافة إلى 250 تلفزيونية في أمريكا.

بدأت (CNN) في عام 1985م بث برامجها لأوروبا عبر أنظمة الكابل ، على مدار 24 ساعة ، و في عام 1992م بثت عبر الأقمار الصناعية ، وبلغات متعددة كالفرنسية والإسبانية والبولندية . وفي أغسطس 1989م بثت المحطة برامجها الدولية إلى الشرق الأوسط وشبه القارة الهندية وجنوب شرق آسيا ، وقدمت برامج أخبارية من طوكيو ، كما بدأت في عام 1991 م ببث برامج حية من إيران على مدى ست ساعات يومياً. وبهذا غدت برامج المحطة متوفرة في مناطق واسعة من العالم . وتستخدم المحطة اللغة الإنجليزية كلغة رئيسة في البث ، بينما تستخدم في الترجمة التي تظهر على شاشة التلفزيون، اللغة العربية وألمانية والفرنسية والإيطالية والروسية.

ويغطي بث المحطة أغلب مناطق العالم عبر شبكة أقمار منتشرة في الفضاء موزعة كالآتي:-

1- استرا- أب (ASTRA-AB) الخاص بتغطية المنطقة الأوروبية .

2- تور (THOR) الخاص بتغطية المنطقة الأسكندفانية ويصل الإرسال إلى لاتفيا وإتوانياوأستوانيا .

3- انتلسات 6أف1(INTELSAT-V1-F1) الخاص بتغطية جنوب وغرب أفريقيا .

4- سوبر بيرد –ب(SUPER-BIRD-B) الخاص بتغطية اليابان التـي وصـلها البـث عـام 1982م ، ويغطـي كذلك المنطقة الآسيوية والشرق الأوسط .

5- بانام سات -1 (PANaMSAT-1) والخاص بتغطية أمريكا الجنوبية والوسطي .

6- جالاكس–5 (GALAXY-5) الخاص بتغطية شمال أمريكا.

7- بالابا–بي 2ب(PALAPA-P-B2) الخاص بتغطية منطقة جنوب شرق آسيا (إندونيسيا).

8- عربسات-سي1(ARAPSAT-C1) الخاص بتغطية منطقة الشرق الأوسط وجنوب آسيا.

9- انتلسات–5أف8(INTELSAT-V-F8) الخاص بتغطية منطقة استراليا حتى روسيا.

يغطي إرسال قناة الأخبار الرئيسة والقناة الدولية عام 2000م أكثر من 143 دولة تتـوزع كـالآتي :-

(أ) 23 دولة في قارة آسيا بمنطقة الباسفيك بالمحيط الهادي .

(ب) 22دولة في منطقة البحر الكاريبي .

(ت) 19دولة في منطقة أمريكا اللاتينية .

(ث) 35دولة في قارة أوروبا .

(ج) 12دولة في منطقة الشرق الأوسط.

(ح) 29 دولة في قارة أفريقيا .

(خ) دولتان في أمريكا الشمالية .

وحققت المحطة بعض الإيجابيات في مجال العمل الإعلامي للأسباب الآتية(12):-

1- تحررها من البيروقراطية في العمل الإعلامي.

2- سرعتها في بث الأخبار، فضلاً عن قيامها بالتغطية التلفزيونية من خلال البث المباشر والكامل للأحداث في أماكن وقوعها.

3- تمتعها بمنزلة رفيعة في الوسط الإعلامي العالمي بشكل يفوق الشبكات الأخرى المنافسة.

4-لا ترتبط المحطة بمواعيد ثابتة ونهائية ، فالأخبار المثيرة تبث على الهواء مباشرة وفي لحظة وقوعها.

وفي كل الأحوال ومهما كانت تقويمات البعض الإيجابية أو السلبية فأن محطة (CNN) تعد أفضل أنموذج أخباري عالمي يعتمد على المراسل كمحور أساسي للخبر ، حتى غدت قدوة لكثير من المحطات الرائدة في المنطقة العربية ، وبل يعتبرها الأمريكيون { واحدة من أفضل أربعة معالم عالمية بارزة في العالم }(13).

**ب- خدمة التلفزيون الدولية لهيئة الإذاعية البريطانية المحدودة**

S.T.V.Limited)B.B.C.W.

تعتبر خدمة التلفزيون الدولية لهيئة الإذاعية البريطانية BBCWorld Service Television Limited. شركة فرعية، تعود ملكيتها بصورة كاملة لمحطة (BBC) الأم باعتبارها مؤسسة للخدمة. وبدأت العمل عام 1991م ؛{ كمشروع تجاري ، يمول عن طريق الاشتراكات}(14) ، وبما أن الاشتراكات لا تكفي وحدها لتمويل مشروع مثل هذا ، فقد كان للإعلان المباشر وغير المباشر دور كبير في هذا الجانب ، وبل شكل الإعلان غير المباشر- عن طريق رعاية البرامج من قبل بعض الشركات والمؤسسات – نسبة كبيرة في تمويل القناة ، إضافة لدعم الدولة المباشر وغير المباشر ، الأمر الذي يؤكده موقف الحكومة البريطانية من القناة في قضية انتحار خبير أسلحة الدمار الشامل عام 2005م.

وقد مرت المحطة بالتطورات الآتية : (15)

أ- في أكتوبر 1991م أصبحت تغطي آسيا والشرق الأوسط.

ب- في ديسمبر 1992م امتدت إلى لأفريقيا مع اختيارات متعددة.

ج- في أبريل 1996م تحركت المحطة من (آسيا سات –1)إلى(بنماسات-4 و بنماسات-2)في آسيا وأفريقيا.

د- في نوفمبر 1996م أصبحت تغطي أمريكا اللاتينية عبر القمر ( باس –3.)

هـ- في نوفمبر 1998م هاجرت من( باس-3 إلى باس –5) لتغطية أمريكا .

و- في أكتوبر 1998م أصبحت تقدم 24ساعة خدمة إخبارية عبر النظام الرقمي.

ز- في نوفمبر 1998م تحركت من (يتلسات أف-1إلى هوت بيرد-5في أوروبا).

ح- في عام 1998م وصل بث المحطة إلى أمريكا الشمالية .

ط- في أكتوبر 2001م امتدت لتصل أمريكا اللاتينية وجنوب أفريقيا .

ي- في نوفمبر 2001م تحركت من (بنماسات4-إلى بنماسات-10).

ك- في ديسمبر2002 م أُجريت عليها؛ بعض عمليات الدمج والفصل والتحويل لتصبح مملوكة لشركة هيئة الإذاعة البريطانية الدولية ليمتد، وأن تمول عبر الإعلانات والاشتراكات.

م- وفي مارس 2004م نالت جائزة زايد الدولية حول تغطيتها لموضوعات البيئة حول العالم.

ن- في يوليو 2004م ذكرت البحوث اليومية للمستمعين ، أن المحطة نمت أسرع من أي قناة إخبارية أخرى.

س- في أكتوبر 2004 صوت الأوروبيين عليها، وقالوا إنها أفضل قناة إخبارية بالمقارنة بالقنوات على القمر(هوت بيرد Hot Bird).

ع- في نوفمبر 2004أصبحت تشاهد في أكثر من 256مليون بيت حول العالم .

وتقدم المحطة برامج غنية بالمعلومات والأخبار السياسية والاقتصادية والتقارير الوثائقية عن الأحداث
.

وقد دخلت المحطة في شراكه مع مشروعات (COX) الأمريكية بهدف المشاركة في التكاليف المالية والأرباح. وقد أنتجت المؤسستان قناة (Ukcolo) للتسلية تعيد بث العروض الشعبية الخاصة ب (BBC). وتمتلك المحطة كادر صحافياً وفنياً مؤهلاً ومدرباً؛ يتولى إدارة العمل بمهنية عالية.

## المطلب الثالث

## القنوات الفضائية العربية الحرة

**ج- قناة الجزيرة الفضائية** Aljazeera Satellite Channel(JSC)

تأسست قناة الجزيرة الفضائية في نوفمبر 1996م ، ويقول الإعلامي العربي جميل عاذر الإذاعي بالقناة ؛ { إنها جاءت لتملأ الفراغ الذي تركه اختفاء تلفزيون BBC العربي، فتأسس المشروع وسار ولازال على نفس مبادئ BBC ، والسبب إنه عندما انتهى مشروع BBC كان مشروع الجزيرة في بداياته؛ فوجد في ذلك الوقت فريقاً مؤهلاً من صحافيين ومحررين ومذ يعيين وحتى الفنيين } (16) ، والجزيرة لها شخصيتها القانونية المستقلة.

وتقوم الجزيرة على الاتزان والموضوعية وتحمل شعار ( الرأي والرأي الآخر ) ، وتقدم خدماتها بشكل مستقل ومحايد . وتعمل على أسس تجارية مع مراعاة القيم والعادات والتقاليد العربية والإسلامية . وتعتبر قناة الجزيرة الأولي من نوعها في المنطقة العربية من حيث تناول القضايا المحلية والدولية بصورة يتسع فيها هامش الحرية . وقد شرعت الحكومة القطرية في تمويل البنية الأساسية لهذه القناة على أن يتولى القطاع الخاص تملكها و إدارتها مستقبلاً.

وكانت قناة الجزيرة تبث برامجها عبر القمار الصناعي العربي ( عربسات ) (2-A)، وتحولت بعد السادس عشر من يونيو 2003م إلى القمر العربي (2-C) . ويبث القمران باتجاه 26درجة شرقاً إلى المشاهدين في الوطن العربي ، بينما ترسل برامجها إلى أوروبا وغرب آسيا وشمال أفريقيا ؛ عبر القمر الصناعي الأوروبي يوتلسات أف 3(EUTELSAT-F3) باتجاه 13درجة شرقاً، وترسل إلى شمال شرق أمريكا الشمالية عبر ايكو ستار(EchoStar-3) باتجاه 61، 5درجة غرباً ، وكذلك ترسل إلى شمال غرب أمريكا الشمالية عبر ايكو ستار(EchoStar-4) ستار باتجاه 148درجة غرباً.

وبدأت قناة الجزيرة البث على مدى 6 ساعات ثم وصل إلى 12 ساعة، و بعدها وصل إلي24 ساعة.

وتتمثل أهداف القناة في الآتي (17):-

(أ) أن تكون قناة إخبارية تقدم للمشاهد العربي أخباراً بلغته العربية تغنيه عن محطة (CNN) الأمريكية وتعوضه عن محطة (BBC) البريطانية التي تبث باللغة العربية والتي توقفت عن الإرسال عبر محطة أوربيت.

(ب) تسعى القناة إلى الابتعاد عن المحلية والإقليمية وأن تكون جسراً يتيح للمشاهد العربي الاطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في مجالات السياسة والمال والأعمال والبرامج الثقافية .

(ت) تقديم خدمات إعلانية فورية ومتميزة .

(ث) التعامل مع الأحداث بتجرد وحياد وموضوعية ونزاهة تامة دون التحيز لجانب معين.

تعتبر قناة الجزيرة الفضائية ذات طبيعة إخبارية ؛ تحاول تغطية الأحداث وتحليلها من خلال خمسة محاور : -

1- الأخبار العالمية : تقدم تغطية إخبارية شاملة لتطورات الحدث مع التحليل عبر شبكة واسعة من المراسلين ينتشرون في مواقع الأحداث في العواصم العربية والأجنبية لنقل الأخبار مباشرة والإلمام بجوانب ومحاور الحدث كافة ، إضافة إلى متابع وكالات الأنباء العالمية لضمان وصول الأخبار لحظة وقوع الحدث.

2- المناظرات والمناقشات : يتم من خلالها استضافة عدد منى الخبراء أصحاب الاختصاص لمناقشة قضايا الساعة السياسة والاقتصادية والدينية والعلمية والفنية ، إضافة إلى تناول وجهات النظر من خلال هذه المناظرات والمناقشات.

3- أخبار المال والأعمال : تقدم الجزيرة نقلاً من لندن وواشنطن آخر أخبار أسعار العملات والموارد المالية في أسواق البورصة العالمية مع تقديم تحليل اقتصادي حول أسعار العملات والبورصة في العالم .

4- أخبار الرياضة : تنقل الجزيرة الأحداث الرياضية مباشرة مع تقديم عرض لأحدث الأخبار الرياضية العالمية .

5- البرامج التعليمية والوثائقية : تقوم الجزيرة بتقديم البرامج التعليمية والبرامج الوثائقية ، إضافة إلى عرض الأفلام حول العلوم الطبيعية والعلمية والتقنية وتاريخ حياة بعض المشاهير والرواد من العلماء والمبتكرين في جميع مجالات الحياة .

واستطاعت قناة الجزيرة وضع قطر على الخارطة السياسية العربية بقوة ، مع أن قطر دولة صغيرة جغرافياً ، وذلك عبر استقطابها للمواطنين العرب من المحيط إلى الخليج، إضافة إلى العرب في المهاجر المختلفة، بحيث أصبح صوتهم أساسياً ضمن الرسائل و المدخلات الخاصة بالبرامج.

وأصبحت للجزيرة- في فترة قياسية - وجود مؤثر وقوي في منظومة الإعلام المرئي، وأصبحت قادرة على إقناع المشاهد بالإنصات لها ولو اختلف معها، أو وجد منها بعض ما لا يرضيه. ولذلك يقول صالح القلاب وزير الإعلام الأردني الأسبق ،{ أن تجربة قناة الجزيرة تستحق التوقف عندها ، لأن بها مساحة من الحرية غير موجودة في الفضائيات الأخرى}(18)، وبل يشير صالح القلاب إلى المستقبل الباهر الذي ينتظر قناة الجزيرة عندما يؤكد {أن بعض الدول العربية استطاعت أن تستوعب ما يجري من خلال محطة الجزيرة }(19).

وهذا القول يبشر بالانفتاح الذي يمكن أن تشهده المنطقة العربية عامة ؛ ويدفع بعوامل النجاح للتجربة الإعلامية الوليدة المتمثلة في المدن الإعلامية الحرة . وبل أتت أقوال أخرى تثبت كفاءة القنوت العربية وقناة الجزيرة بصفة خاصة وقدرتها على المنافسة

والمواكبة في حضارة  السوق الحرة ،  إذ يقول نجيب الغضبان أستاذ العلوم السياسية ودراسات الشرق الأوسط في جامعة اركنساس  بالولايات المتحدة الأمريكية ؛{لقد أثبت القنوات الفضائية العربية –وعلى رأسها قناة الجزيرة – أنها يمكن أن تصل إلى مركز الندية مع القنوات الغربية ،  وأنها الأقرب لقلب المشاهد العربي طالما أبقت على احترامها لعقله}(20).

وقد حددت الأستاذة ماجدة موريس نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية في ورقة عمل لها بعنوان ( المشاهد العربي والثورة الإعلامية ) قدمتها لمؤتمر وسائل الإعلام والتغيير في العالم العربي  المنعقد بالعاصمة الأردنية عمان في الفترة من (27فبراير إلى 1/ مارس 2002م)،  حددت خمس أسباب وراء تفضيل المشاهد العربي لقناة الجزيرة وهي كالآتي :-

السبب الأول : لأنها أول  فضائية إخبارية متخصصة تحقق في قوة اندفاعها نجاحا كبيراً .

السبب الثاني : كونها  تتمتع بإمكانيات مادية عالية كفلت لها مقدرة الحركة السريعة والنشطة ،  واستخدام كافة الوسائل المتاحة لتوفير المادة الإخبارية وخدمتها بأسلوب يضاهي في كثير من الأحيان (CNN) من حيث التغطية المشبعة ومن موقع الحدث ،  بجيش من المراسلين في جميع أنحاء العالم ، وفي أماكن لا  يوجد في مراسلون لقنوات عديدة عربية أو أجنبية.

السبب الثالث : كونها تتمتع بحرية أكبر من القنوات الحكومية العربية ،  مهما كانت نسبة هذه الحرية ،  وخاصة أن المواطن أصبح لديه شكوك فيما يصدر من المؤسسات الإعلامية التي تدور في فلك السلطة ،  مهما كان ما تقدمه قوياً وجريئاً.

السبب الرابع: أثبتت أنه من الممكن نجاح قناة تلفزيونية دون أن تعتمد على الدراما والمنوعات ، أن المادة الإخبارية والوثائقية يمكن أن تكفي للاستحواذ على المشاهد إذا ما أحسن عرضها وتقديمها.

السبب الخامس : استطاعت أن تكسر أغلب قواعد الحظر في طرح موضوعات برامجها ، بحيث غلب على خطها البياني الصعود في نوع المواجهات بين ضيوفها ، مما يعتبر ترجمة لشعارها (الرأي والرأي الآخر) فحققت صيحة مطلوبة بعد طول فشل وعجز في تناول القضايا السياسية العربية والدولية بحرية حقيقية .

ويقول وحيد طويلة {إن قناة الجزيرة كانت بمثابة إلقاء الحجر في المياه الراكدة ، وإنها بهذا الشكل والمضامين الجديدة على الشاشة العربية؛ قدمت للمشاهد العربي شكلاً جديداً من أشكال ديمقراطية الحوار }(21).

فكل هذه الشهادات في حق قناة الجزيرة إثبات لها و للقنوات العربية؛ إذا وجدت المساحة من الحرية والتمويل الجيد والكادر الإعلامي المدرب الكفء تستطيع أن تقدم بضاعة ممتازة تجد القبول والاحترام عند الناس ، وتضاهي بها القنوات العالمية ذات المكانة الراسخة .

**د- مركز تلفزيون الشرق الأوسط** Middle East BroadCenter(MBC)

انطلق بث محطة مركز تلفزيون الشرق الأوسط في 18سبتمبر 1991م بلندن كأول محطة تلفزيونية فضائية عربية تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية لخدمة المواطنين العرب ، ويقول رئيس مجلس إدارة تلفزيون الشرق الوسط عن الكيفية التي تم بها التخطيط لإنشاء (MBC){ عندما بدأ البث المباشر التنامي ؛ بدأنا التفكير في كيفية التصدي له ، وكان ذلك في أوائل الثمانينات الميلادية ، وعقدنا الكثير من جلسات العمل شاركت فيها مجموعات على مستوي فكري وعلمي كبير، فتركز النقاش على ما يحتاجه المشاهد في الوطن العربي من الناحية الخبرية والمعلوماتية وبرامج الترفيه والدراما والتسلية ، وبناء على ذلك انتقل

النقاش مع مسؤولين في كل من المملكة العربية السعودية ومصر وعدد آخر من المسؤولين عـن الإعـلام في عدد من البلدان العربية ، وشرحنا فكرة إنشاء محطة تلفزيونية فضائية عربية ، ومن هنا انطلقت فكرة إنشاء المحطة }( 22).

وتعود ملكية المحطة إلى الممولين السعوديين محمد إبراهيم والـشيخ وليـد إبـراهيم، ويبلـغ رأسمالها (300) مليون دولار وميزانيتها السنوية (60) مليـون دولار . واتخـذت المحطـة مـن العاصـمة البريطانية (لندن ) مقراً لها ، لما تتمتع به من سمعة دولية في مجـال الإعـلام والاتـصال ، ومـن حيـث كونها عاصمة عالمية تتوفر فيها إمكانيات تقنية وخبرات مهنية وبشرية.

واستمرت المحطة تبث من لندن لمدة عشر سنوات ، لتنتقل في ديـسمبر 2002م إلى مدينـة دبي الحرة للإعلام. ويقول على الحديثي المشرف العام على تلفزيون (MBC) بـشأن انتقـال المحطـة إلى دبي { إن الامتيازات والتسهيلات الضخمة التي توفرها مدينة دبي للإعلام لا تقل عما هو متاح في أيـة منطقـة أو مدينة أخري في العالم }(23) ، ويشرح الحـديثي أهـداف الانتقـال إلى دبي بقولـه { إن دبي أصـبحت مركزاً للنشاط الإعلاني بالمنطقة وتتركز فيها وكالات الإعلان العربية والعالمية ، مما يعـزز المـوارد الماليـة لأية مؤسسة ، إلى جانب القرب من المشاهدين ومواقع الأحداث التي تهم المحطة ، كما أن دبي تـوفر مزايا تنافسية عديدة ؛ تشابه تلك التي جعلت المحطة تبدأ العمل من لندن ، و منهـا البنيـة التحتيـة المتكاملة، السرعة في الإنجاز والتي تعد إحدى سمات دبي ، وبيئة مواتيـة وهـو مـا يمكـن المحطـة مـن ترشيد نفقات الإنتاج وجعل أنشطتها المختلفة أكثر كفاءة}(24).

الأهداف الرئيسة من إنشاء المحطة تتمثل في الآتي :-

(1) العمل على ربط المقيمين والعاملين في أوروبا بثقافتهم ووطنهم العربي.

(2) توسيع دائرة البث لتشمل جميع الأقطار العربية من بلدان شمال أفريقيا إلى الخليج .

(3) أن يكون هذا التلفزيون لكل العرب في كل مكان وهـو العـين العربيـة عـلى العـالم ، أو العين التي يري بها العرب العالم ، ويتخذ من عبارة ( العالم بعيون عربية ) شعاراً له.

(4) أن تكون جسراً لنقل الحضارات والتقائها.

(5) أن تكون مواكبة للبث الأجنبي المباشر.

(6) أن تكون أول محطة عربية تبث من قلب أوروبا.

أما تمويل المحطة يعتمد على الإعلانات وعلى البرامج المدعومة إعلانياً لتغطية نفقـات التـشغيل وزيادة المورد المالي ، وللمحطة صلة بسوق الإعلان المحليـة والعالميـة . و تـشغل المـساحة الإعلانيـة في برامج المحطة تسع دقائق في كل ساعة إرسال . وتقوم مؤسسة تهامة السعودية للدعاية والإعلان بمهمة عقود الإعلانات للشركات والمؤسسات العربية والأجنبية . ووضعت إدارة المحطة منذ عام 1993م خطة للتـسويق الإعـلاني حققـت مـن خلالهـا مـوارد ماليـة تجـاوزت توقعـات العـاملين فيهـا وفقـاً للخطـة والتقديرات التي وضعوها.

أما عن الخدمة البرامجية ، تمثل برامج المحطة جميع الـدول العربيـة ، وتنـتج المحطـة بـرامج خاصة بها، وتبث أيضاً البرامج المعربة مرتكزة على سياسة اختيار الأفضل في المنطقـة العربيـة والعـالم، كما تركز المحطة في برامجها على إبراز الإنجازات والمساهمات العربية إثراء للحضارة الإنسانية.

ومن نوعيات البرامج التي تقدمها، البرامج الثقافيـة والترفيهيـة والدينيـة والإخباريـة والوثائقيـة والدرامية والاقتصادية والإعلامية ، إضافة إلى الإعلانات ، وتنتج المحطة عداً من البرامج مثل ، المجلـة الرياضية ، والمال والأعمال ، والعالم في أسبوع ، وجهة نظر والسهرة المفتوحة ومن سيربح المليون هذا البرنامج الأخير وجد شهرة وقبولاً كبيراً.

وتمتلك المحطة عدداً من الاستديو هات كمراكز لإنتاج البرامج الخاصة موزعة في بعـض البلـدان العربية كمصر ولبنان وسوريا والأردن والسعودية ، بالإضافة لتعاونها مع الأجهزة الإعلامية المحليـة في بعض البلاد العربي ( دول المغرب العربي) .

والمناطق التي يغطيها بث المحطة تشمل الآتي :-

(أ) أوروبا مثل ( إنجلترا، فرنسا ، إيطاليا، ألمانيا ، سويسرا)

(ب) الدول الإفريقية وخاصة دول غرب أفريقيا.

(ت) الدول الآسيوية مثل أفغانستان وباكستان وإيران .

(ث) الدول العربية ( جميع الدول العربية الواقعة في القارتين الأفريقية والآسيوية ) .

(ج) الولايات المتحدة الأمريكية .

وتبث محطة (MBC) عبر القمر الصناعي الأوروبي يتلسات 2اف1( Eutelsat-2F1) والقمر الصناعي العربي (2-C) ابتداء من 16يونيو 2003م ، وكان قبل ذلك تبث من القمر الصناعي العربي (2-A) وذلـك الحزمة (C-Band) . وتصل برامج المحطة إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكندا عبر شبكة الكابـل (ANA) العربية الأمريكية . وأنـشئت المحطـة ثـلاث قنـوات جديـدة MBC، 2، 3، 4 ، فالثانيـة خاصـة بـالأفلام ، والثالثة لبرامج المنوعات والـبرامج التعليميـة والأطفـال ، والرابعـة خاصـة بـالبرامج بالأخبـار والـبرامج السياسية والرياضية.

ويعمل بالمحطة ما يزيد عن (500) من موظف إلى مخبر ومحرر ومـصور وفنـي مـن مختلـف البلدان العربية والأوروبية ومناطق أخري من العالم.

استطاعت المحطة أن تجذب المشاهد العربي بما تقدمه من أخبار وتحـليلات ومـواد ثقافية، ويقول الصحافي إبراهيم الصياد { إن تلفزيون (MBC) اسـتطاع مـن خـلال برنـامج

واحد هو (من سيربح المليون ) ،  أن يقلب الموازين لصالحه ويستأثر بنسبة مشاهدة عالية جداً أثـرت على برنامج الاتجاه المعاكس في محطة الجزيرة }(25).

وعموماً قد أحدثت القنوات الفضائية العربية الخاصة تغييراً كبيراً في شكل الإعلام العـربي ، مـما اضطر القنوات الفضائية المملوكة للحكومات إدخال بعض التغييرات المهنية- محاولة إثبـات المـصداقية وإدعاء الديمقراطية- في طريقة عملها لكسب الرأي العام،  باستثناء القليل من  الفضائيات الموجودة في بعض الدول القابضة سلطوياً.

ملخص

أظهرت قناة (CNN) الأمريكية قدرة فائقة في تغطيتها لحرب الخليج الثانية ، فتجلت الخبرة العملية ، والتأهيل الأكاديمي والمقدرات التكنولوجية المستخدمة في نقل الحدث من الواقع الميداني إلى الجمهور عبر الأقمار الصناعية ، إضافة إلى الشفافية وحرية الحركة في التعامل مع الحدث ، الأمر الذي كان دافعاً أساسياً لظهور القنوات العربية الخاصة .

تأسست قناة (CNN) الأمريكية عام 1980م كشركة خاصة يمتلكها إدوارد تيرنر ، وتتألف من ست قنوات و تبث برامجها على مدي (24) ساعة و ولها أكثر من (120) مكتباً خارجياً موزعة في دول العالم ، وأكثر من (2000) مراسلا وموزعا ، ويديرها ثلاثة مديرين تنفيذيين ، وهي تقف اليوم نداً للمحطات الأمريكية الكبرى مثل (ABC)و (NBC) و(CBS) .

وعرفت القناة ببعض البرامج الناجحة التي أشهرتها عالمياً ، كالتقرير العالمي ، والساعة الدولية ، وأخبار العالم ، و برامج عن التجارة والتعليم ، إضافة إلى برامجها التقليدية الأخبارية والاقتصادية والوثائقية والرياضية ، وتبث المحطة باللغة الإنجليزية كلغة رئيسة ، كما تبث بالفرنسية والألمانية والإيطالية والروسية والإسبانية .

ويغطي بث المحطة أغلب مناطق العالم عبر شبكة من الأقمار الصناعية تزيد على تسعة أقمار ، بحيث يصل إرسالها إلى عدد كبير من الدول تتوزع على قارة أسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية وكندا وأفريقيا .

وحققت المحطة بعض الإيجابيات كتحررها من البيروقراطية و وسرعتها في بث الأخبار ونقلها مباشرة من الواقع دون التقيد بوقت محدد لنشرها . وتعتبر (CNN) أفضل نموذج إخباري في العالم حتى غدت قدوة لكافة المحطات الجديدة والقديمة .

أما محطة (BBC World) تعود ملكيتها كشركة إلى محطة (BBC) الأم (هيئة الإذاعة البريطانية) ، وبدأت العمل في عام 1986 م ، وهي مؤسسة للخدمة العامة تتميز بالاستقلالية.

وتتفرد محطة (BBC World) بخبرتها الموروثة التراكمية العالمية ، ولذلك تميز أداءها بالرصانة والعمق.

أما قناة الجزيرة القطرية فقد تأسست عام 1996م بتمويل من الحكومة القطرية ، التي أعطت لها مساحة من الحرية والاستقلالية و استطاعت في فترة قياسية الاستحواذ على الشاهد العربي ، وتبث القناة من خلال القمر الأوروبي (Eutelsat-F3) والقمر العربي (2-C) ، وعدد آخر من الأقمار ، وتهتم الجزيرة بالشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية والرياضية.

أما مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) فقد تأسس في عام 1991م بلندن وهو يتبع للقطاع الخاص بتمويل سعودي ، وهو أول تلفزيون عربي خاص يبدأ البث المباشر عبر الفضاء، ويهدف إلى ربط المقيمين العرب في المهجر بأوطانهم وثقافتهم ، وأن يكون عين العرب التي ينظرون بها إلى العالم والعكس ، ويكون جسراً لنقل الحضارات والتقائها.

ويعتمد تلفزيون الشرق الأوسط في تمويله على الإعلانات والبرامج المدعومة التي ترعاها الشركات والمؤسسات ، ويهتم بالشؤون السياسية والدينية والدرامية والاقتصادية والثقافية والرياضية ، ويبث تلفزيون الشرق الأوسط إلى أوروبا وأمريكا وكندا وأسيا وذلك عبر القمر الصناعي الأوروبي (Eutelsat-F2) والقمر الصناعي العربي (2-C) وشبكة الكابل (ANA).

ويعمل بتلفزيون الشرق الأوسط ما يربو على (500 ) من موظف ومصور ومحرر، ولـه مكاتـب إنتاج في مصر والسعودية وسوريا والأردن ، ونقل في ديسمبر 2002م مقره الرئيس من لندن إلى مدينة دبي للإعلام.

## مصادرومراجع المبحث الرابع


(1) ماجدة موريس: نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية ، ورقة عمل حول - المشاهد العربي والثورة الإعلامية - [المؤتمر وسائل الإعلام الجديدة والتغير في العالم العربي ، المنعقد بالأردن(عمان) في الفترة من 27/ فبراير - 1 / مارس 2002م ] ص2.

(2) http://www.aljazeera.net/NR/exeres/COID8480-2C07-4976-BI8B-4DEE701E7796.htm

(3) جون ب .ألترمانJonB.Alterman–إعلام جديد، سياسة جديدة ؟-ترجمة د. عبدالله الكندي، ( غزة ، دار الكتاب الجامعي ، 2003م ) ص173.

(4) بكر بن محمد إبراهيم – الإعلام العربي عبر الأقمار الصناعية – [ الرياض ، مركز البحوث بجامعة الملك السعود ، 1998م ] ص6.

(5) المرجع نفسه ص 13.

(6) http://www.albayan.co.ae/albayan/2001/01/10/sya/29.htm

(7) على محمد شمو– تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – [ القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 1999م] ص 130.

(8) http://www.albayan.co.ae/albayan/2001/01/10/sya/29.htm

(9) جريدة البيان الإماراتية – الصادرة يوم الاثنين 15مايو 2000م .

(10) http://www.albayan.co.ae/albayan/1999/11/9/sya/14.htm

(11) أياد شاكر البكري – 2000حرب المحطات الفضائيات – [ عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 1999م ] ص173 .

(12) المرجع نفسه ص 189 .

(13) المرجع نفسه ص ، ص 188-189 .

(14) على محمد شمو– تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – مرجع سابق ص 115.

(15) www.bbcworld.com/content/tempate_clickpage.asp?pageid=140

(16) جميل عازر إعلامي بقناة الجزيرة القطرية –في ندوة واقع الإعلام العربي في ضوء تجربة قناة الجزيرةhttp://www.zccf.oeg.ae/a_TitleDescriptionPrint?Tid=65

(17) أياد شاكر البكري:[1999م] مرجع سابق ص 199.

(18) قناة الجزيرة القطرية – برنامج أكثر من رأي – الخميس 2000/11/30م التوقيت الساعة التاسعة والنصف بتوقيت مكة المكرمة .

(19) المرجع نفسه .

(20) قناة الجزيرة القطرية – برنامج حول الحرب الإعلامية في غزو العراق – الأربعاء 2003/4/2 التوقيت الساعة التاسعة والربع .

(21) وحيد طويلة – ورقة عمل عن الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي الجانب الاجتماعي والثقافي – قدمها[ لمؤتمر وسائل الإعلام الجديدة والتغير في العالم العربي المنعقد بعمان في الفترة من 27فبراير إلى 1/مارس 2002م ]ص2

(22) بكر بن محمد إبراهيم :[ 1998م ] مرجع سابق ص 21.

(23) حوار مع المشرف العام على قناة MBC– حول انتقال القناة إلى مدينة دبي للإعلام

http://www.albayan.co.ae/albyan/2001/03/22/eqt/5.htm

(24) Ibid eqt/5.htm

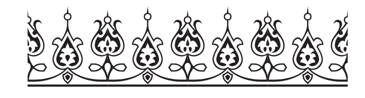
(25) إبراهيم الصياد – مقال بعنوان [ الإعلام العربي وتحديات عولمة الفضاء ]

/albayan/2001/12/06/ray/10.htmhttp://www.albayan.co.ae

# المبحث الخامس

## فكرة المدن الإعلامية العربية الحرة

1. المطلب الأول: الفكرة ... والأهمية .
2. المطلب الثاني: مدينة دبي للإعلام .
3. المطلب الثالث: المنطقة الإعلامية الحرة بمصر.
4. المطلب الرابع: المدينة الإعلامية بالأردن .
5. ملخص.
6. مصادر ومراجع المبحث الخامس



## المطلب الأول

## الفكرة .. والأهمية

شهدت نهايات العقد الأخير من القرن العشرين تحولات كبيرة في شتي أنحاء العالم؛ شملت الحياة السياسية والاقتصادية في العديد من الدول ، ولم تك الدول العربية استثناءً من هذه التحولات والتغيرات ؛ مرد ذاك إلى الثورة الشاملة في مجال الاتصالات والمعلومات ؛ الأمر الذي أدي إلى تغييرات واضحة في مواقف بعض السلطات السياسية العربية في تعاطيها مع الإعلام ؛ إذ لم تعد الحكومات { قادرة على مقاومة المد الإعلامي القوي الذي ظهر في السنوات الأخيرة }(1).

وتجلي تأثير مد ثورة الاتصالات والمعلومات في الحد من هيمنة الدول- إلى حد ما- في الاحتكار المطلق لوسائل الإعلام المختلفة، بدليل:

أ- ظهور قنوات فضائية خاصة تتمتع بشيء من حرية الحركة رغم الضغوط؛{التنظيمية والمهنية والمؤسساتية التي يعاني منها القائم بالاتصال أو المنتج أو المبدع في تلك القنوات الخاصة}(2).

ب- ظهور موجة تأسيس المدن الإعلامية الحرة ؛ التي أُعلنت في ثمان دول عربية، هي البحرين والكويت والمغرب و لبنان واليمن و مصر والأردن الإمارات العربية المتحدة ، وأصبحت حقيقة معاشه لدي الدول الثلاثة الأخيرة، وهي:-

أ- مدينة دبي للإعلام.

ب- المنطقة الإعلامية الحرة بمدينة 6 أكتوبر بمصر.

ج- مدينة الأردن الإعلامية بمنطقة الحيران بعمان.

وكل واحدة منها تمثل شكلاً معيناً من حيث الملكية ؛ فالمدينة الإعلامية في دبي مشروع حكومي ، وفي مصر قامت المدينة الإعلامية كمساهمة حكومية /أهلية ؛ و تقدم الحكومتان في الإمارات و مصر ؛ تسهيلات وأراضي وخدمات للشركات الإعلامية ؛ في حين أن مشروع المدينة الإعلامية في الأردن أقامه القطاع الخاص ؛ الذي يقدم خدمات إعلانية مقابل إيجار محدد.

ويجدر الإشارة إلى وجود تقارب واتفاق في رؤية الدول الثلاث للمدن الإعلامية الحرة ؛ رغم اختلاف شكل الملكية ، حيث الإقرار بتمتع المدن بالاستقلالية والحرية الكاملتين في العمل والتوجهات والخطاب الإعلامي بعيداً عن أي تدخل رسمي؛ أي أنها جمعيها لا تخضع للدول إلا من حيث وجودها؛ ولكنها معزولة عن ذات الدولة تماماً ؛ تحكمها قوانينها الخاصة ولوائحها المحددة مسبقاً.

وهذه الوضعية المعلنة للمدن الإعلامية الحرة تثير ردود فعل متباينة ، بشان مدى التزام الدول المعنية؛ بتحقيق الحرية والاستقلالية لها، فيقول الشيخ صالح عبد الله كامل رئيس مجلس إدارة تلفزيون العرب ART { إن الكلام عن المدن الإعلامية العربية الحرة يستدعي تحديد المقصود بكلمة مدينة وكلمة حرة ، أما إذا قيل أن الهدف من المدن الإعلامية هو الحرية ، فهنا يجب التوضيح أن لكل حرية حدودها ، ولا توجد حرية مطلقة، وإذا طالبنا بمنطقة إعلامية حرة، فكأننا نعترف أن الإعلام خارج هذه المناطق هو إعلام غير حر }(3)، ولكن مع هذا القول عند بزوغ الفكرة ؛ نجد صاحبُ يشارك الحكومة الأردنية في إنشاء مدينتها الإعلامية الحرة.

ومن الآراء الإعلامية الناقدة لفكرة المدن الإعلامية الحرة ، قول الصحافي الأردني طارق مصاروة { إن فرز مواقع معينة للحرية الإعلامية هي إعلان حقيقي عن افتقاد الحرية، لأنه من غير المعقول حصر الحرية في زاوية من زوايا الوطن }(4) ، كما أبدي خبراء إعلاميون غربيون تحفظاتهم تجاه قدرة المدن الإعلامية العربية على احتمال

{استقلال الإعلام وحريته}(5)، ويرجع السبب في ذلك إلى طبيعة الدول العربية ونظمها السياسية، التي لا تؤمن بالتعددية و الاختيار في كافة مناحي الحياة سياسية واقتصادية وإعلامية ، حيث يسود الطرح الأُحادي الجانب، المنغلق على نفسه فيها، بحجة أن المجتمعات العربية في طور انتقالي ، تحتاج إلى مزيد من السيطرة والضبط ، وأن بنيتها السياسية هشة ، لا تحتمل الجرعات الكبيرة من الحرية ؛ والتي ربما تؤدي إلى اضطراب الأمن القومي وزعزعة الاستقرار الاجتماعي .

وهناك من تفاءل بإنشاء المدن الإعلامية الحرة ؛ واعتبرها { تعكس حاجة ملحة في الواقع العربي }(6)، لاستطاعتها جذب الاستثمارات الإعلامية العربية والأجنبية ، وفتحها نوافذ في تغيير الخطاب الإعلام العربي، من أسلوبه السائد القائم على تمجيد السلطة والسلطان إلى خطاب متحرر من القيود السلطوية يعنى بقضايا الشعوب ، وهذا ما أمن عليه بلال الحسن رئيس تحرير جريدة الحياة سابقاً بقوله{إن المدن الحرة سوف تتيح فرصاً لبناء إعلام عربي بأسلوب جديد مختلف عن السابق }(7) . ويشاركه على الحديثي المدير التنفيذي والمشرف العام لتلفزيون الشرق الأوسط MBC بقوله {إنها خطوة إيجابية أتت في وقتها ، وتمثل المساحة والمرونة التحريرية التي تتيح العمل للفضائيات خارج إطار البيروقراطية }(8) .

و يرى الباحث أن هذه المدن الحرة أتت كنتاج لثورة الاتصالات والمعلومات التي تقودها الحضارة الغربية المسيطرة بمدها التقني ، وقيمها المنادية بالحرية ، ورؤيتها في تشكيل مجتمعات منفتحة إعلامياً وسياسياً واقتصادياً وثقافياً واجتماعياً ، في العالم عامة ، ومنطقة الشرق الأوسط خاصة ، مما يضفي أهمية على هذا التطور الإعلامي الجديد المتمثل في المدن الإعلامية العربية الحرة . وحتى نقف على حقيقتها ، نستعرض نشأتها ، وأهدافها ، ومميزاتها، وكيفية عملها ، والجهات المشاركة فيها ، وتطوراتها .

## المطلب الثاني

## مدينة دبي للإعلام

وقد أُنشئت مدينة دبي للإعلام ذات الموقع الاستراتيجي – ملتقى طرق الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا - بتاريخ الأول من فبراير عام 2000م بأمر من الشيخ محمد بن راشد آ ل مكتوم وسمي هذا الأمر أمر إنشاء مؤسسة مدينة دبي للإعلام رقم [1] لسنة 2000. وينص هذا الأمر على أن مؤسسة مدينة دبي للإعلام يكون لها شخصية معنوية ؛وتتمتع باستقلال مالي وإداري ، وتمارس أعمالها على أسس تجارية ، ولها أن تتعاقد مع الغير، وتجري جميع التصرفات والأعمال التي من شأنها تحقيق الأغراض التي أنشئت من أجلها. و المؤسسة لها الحق في تنظيم وترخيص أنشطة الإعلام والبث الإذاعي والتلفزيوني ، وأنشطة الخدمات المرتبطة بذلك . إضافة إلى تنظيم وترخيص أنشطة الترفيه والإعلام والطباعة والنشر والإعلان ووكالات الأنباء والإنتاج السينمائي والمسرحي والموسيقي في منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلامية.

**أهداف المدينة الإعلامية:**

ويلخص قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام رقم [1] لسنة 2000م أهداف مؤسسة دبي للإعلام في الآتي (9):-

أ- ترخيص وتسجيل وتنظيم أعمال شركات ومؤسسات الدعاية والإعلان

ب- وضع وتنظيم وتطبيق ومراقبة لوائح وقواعد وقوانين الملكية الفكرية داخل المنطقة الحرة

ج- إنشاء وتأسيس الشركات الفرعية وتوفير الأموال لها أو لغيرها والدخول في شراكات أو مشاريع مشتركة.

وتقع مدينة دبي للإعلام ضمن سلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام التي تم إنشاؤها في يناير عام 2000م ، وهي تضم أيضاً مدينة دبي للإنترنت وواحة دبي للمشاريع ، ومشروع (قرية المعرفة ) التعليمية.

وتركزت مجالات العمل الرئيسة لمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام في الآتي (10):-

أ- وضع الاستراتيجيات والسياسات الهادفة لتطوير دبي وتحويلها إلى مركز للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام.

ب- توفير الاستشارات للحكومة بشأن المواضيع المتصلة بما يلي :-

ب/أ- وضع القوانين المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية ، جرائم الإنترنت ، والقضايا القانونية الأخرى ذات الصلة بالإنترنت.

ب/ب- تأسيس جامعة ومركز أبحاث الإنترنت .

ب/ج- تنظيم العلاقة مع المناطق الحرة الأخرى في دبي .

ج- تأسيس البنية التحتية من مباني وإدارات وخدمات أخرى ضرورية لتحقيق الأهداف المرجوة.

د- تنظيم العمل والأنشطة .

هـ- توفير الاتصالات وخدمات الإنترنت .

و- المصادقة على مواقع الإنترنت والتجارة الإلكترونية ، ووضع الشروط والمواصفات الضرورية لها ، أو الترخيص لمؤسسات أخرى مرتبطة بها .

ح- إنشاء وترخيص المؤسسات العاملة بها.

ط- تنظيم العلاقات التجارية بين مؤسساتها مع أي طرف آخر خارجها .

ي- عقد الاتفاقيات مع المناطق الحرة الأخرى لتمكين مؤسسات منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام من ممارسة العمل في هذه المناطق الحرة.

ك- تزويد مؤسسات منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الحرة والإعلام بما تطلب من مديرين وفنيين وحرفيين وعمال آخرين ، وذلك حسب المواد الواردة في القانون رقم [1] لعام 2000م ، والأنظمة والقوانين ذات الصلة ، وأي شروط ومواصفات إضافية يتم الاتفاق عليها بين السلطة وهذه المؤسسات .

س- تنظيم وتأجير الأبنية والأراضي لفترات قد تمتد إلى خمسين عاماً ، وتوفيرها لأي مؤسسة في منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام لتمكينها من ممارسة أنشطتها حسب الشروط والمواصفات المتفق عليها .

ع- توفي كافة أنواع الخدمات .

ف- فرض رسوم على الخدمات المقدمة .

**بداية عمل المدينة الإعلامية:**

وقد استهلت المدينة الإعلامية عملها في 20يناير عام 2001م بانتهاء المرحلة الأولي للمشروع بمساحة قدرها [200 ] هكتار ، تضم ثلاثة بنايات يبلغ ارتفاع الواحدة منها ستة طوابق بتكلفة ثلاثة مليارات درهم و [817] مليون دولار. اكتملت في عام 2002م المرحلتين الثانية والثالثة حيث أضافت أولاهما مساحة قدرها 234، 060قدماً مربعاً تضم خمسة أبنية ، و أضافت الثالثة مساحة قدرها 341، 890 قدماً مربعاً تضم ثلاثة أبنية ، ليصل بذلك مجموعة أبنية المدينة إلى أحد عشر. وحدد ولي عهد دبي ووزير دفاع الإمارات في حفل افتتاح المرحلة الأولي بعض الأهداف الفرعية للمدينة الإعلامية ، فقال { الهدف هو تأسيس مدينة تنحصر مهمتها في إيجاد السبل الكفيلة بدعم ومساندة

صناعة الإعلام الإقليمية؛ لتقديم محتوي إعلامي متميز مع ضمان حرية التعبير لكافة الشركات والمؤسسات العاملة في هذا المجال }(11)

و يضيف عبد القادر الكاملي بعض الأهداف الفرعية لمدينة دبي الإعلام في ورقة حول [دراسة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام ] قدمها لمؤتمر [ الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي] المنعقد بالعاصمة الأردنية عمان في الفترة من[ 2/27/ - 1 /3/ 2002م ] أهمها (12):-

أ- تسريع النمو الإعلامي في دبي والمنطقة العربية .

ب- تكوين تجمع إعلامي معتمد على نفسه.

ج- تعزيز دور مدينة دبي الإعلام بالتعاون مع مدينة الإنترنت وواحة دبي للمشاريع.

د- أن تصبح مدينة الإعلام محوراً إقليمياً لصناعة المحتويات الرقمية .

هـ - أن تحقق أرباحاً مقدرة بنهاية كل عام .

و- الذي ينظر بعين فاحصة للأهداف الرئيسة والفرعية لمدينة دبي الإعلام وتوأمتها مدينة دبي للإنترنت وواحة دبي للمشاريع ؛ يجدها تأتي في إطار منظومة رفع القدرات الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة، وتفعيل جهود تحولها إلى عالم الاقتصاد العالمي الجديد ؛ ويؤكد ذلك محمد القرقاوي مدير عام سلطة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام ، بقوله {إن المدينة تأتي في إطار رؤية كلية شاملة تهدف إلى تسريع معدلات نمو الاقتصاد المعرفي الجديد داخل المنطقة ضمن منظومة متطورة الفكر والمضمون تتكامل مع شقيقتها ، مدينة دبي الإنترنت ، من أجل إيجاد مفردات النمو والبناء المطلوبة من خلال دمج عنصري التكنولوجيا والمحتوي}(13)، وأضاف القرقاوي { أن مشروع مدينة دبي للإعلام يقوم أساساً على قاعدة اقتصادية لتقديم أنموذجاً جديداً يمكن أن نصفه " بالسوق الإعلامية

المتكاملة"، وأن القطاع الخاص يحمل على عاتقه مسؤولية كبيرة من الاستثمار في المدينة والإسهام في تدعيم قدراتها من استوديوهات ومطابع وغيرها من وحدات الإنتاج اللازمة }(14) ، حقيقة أن جذب شركات الإعلام العالمية والمحلية ، وتشجيع الاستثمارات الخارجية على القدوم إلى دبي ؛ يشكل دفعة قوية لاقتصاد الإمارات ؛ نظراً لما يصاحب دخول الشركات الخارجية إلى المدينة من تدفق لرؤوس الأموال ، وما ستنعكس فيه من آثار إيجابية على العديد من القطاعات الاقتصادية بسبب استقدام هذه الشركات لطاقات بشرية يمثل إنفاقها في الدولة أحد مصادر زيادة القدرة الاقتصادية للسوق.

ومع هذه الرؤية الاستثمارية الانفتاحية حددت مدينة دبي الإعلام الأنشطة التي تُمارس ونسبها كما يلي :-

أ- النشر على رأس القائمة بنسبة 26، 84% .

ب- الاتصالات بنسبة 26، 32%.

ج- الإنتاج 16، 84%.

د- البث الإذاعي والتلفزيوني 10، 53%.

هـ- الإعلام الحديث/الإعلام المتعدد 10، 53%.

و- مزودي الخدمات 6، 32%.

ز- وكالات الأنباء 1، 58%.

ح- والموسيقي 1، 05%.

وأيضاً من أبرز التوجهات الاستراتيجية لمدينة دبي للإعلام في تعاملها مع الأنشطة الإعلامية، حظر دخول ؛{ قنوات البث التلفزيوني السياسية أو الحزبية أو التي تعتمد في ميزانياتها على التمويل الحكومي}(15) . فقيدت حرية التعبير بأربعة لاءات هي:

أ- لا للمواد الفاضحة والإباحية.

ب- لا المؤسسات المملوكة من قبل الأحزاب السياسية.

ج- لا للتبشير لدين غير للإسلام.

د- لا للتشهير ونشر الافتراءات.

وهذه الإجراءات ليس لإعاقة الاستثمارات الإعلامية ، بل لضبط العمل بعيداً عن الفوضى التي قد تؤدي إلى تعطيله وتوقفه. بل قدمت المدينة امتيازات كبيرة لجذب الاستثمار ؛ ففتحت الباب واسعاً للدول والشركات للمساهمة ، وقدمت تسهيلات كبيرة تمثلت في (16):-

[أ] منح الشركات العاملة نسبة ملكية تجارية 100%

[ب] منح الشركات عفو ضريبي شخصي وجماعي لمدة خمسين عاماً

[ج] العفو من الجمارك

[د] جعل تكلفة التشغيل والعمل منخفضة

وقد بلغ عدد الدول المشاركة في المدينة الإعلامية عند افتتحها أربعاً وعشرين دولة بنسبة مشاركة متفاوتة ، تأتي دولة الإمارات العربية المتحدة على رأسها؛ بنسبة مشاركة بلغت34، 21%، تليها الهند لنسبة 18، 42% ، ثم المملكة المتحدة 14، 74% ، ولبنان 6، 84% ، والمملكة العربية السعودية 5، 79% ، والولايات المتحدة الأمريكية 3، 68%، والباكستان 3، 16% ، ومصر 1، 58% ، وفرنسا 1، 05% ، والأردن 1، 05% ، و ألمانيا 1، 05% والبحرين 1، 05% ، و كندا1، 05% ، وإيران 1، 05% وجنوب أفريقيا 0، 53% ، واستراليا 0، 53% ، و سوريا 0، 53% ، والنمسا 0، 53% ، والكويت 0، 53% و بوليفيا 0، 53% ، واليونان 0، 53% ، و برمودا 0.53% ، وسلطنة عمان 0، 53% ، وفلسطين 0، 53%؛ {وكان الإقبال كبيراً من قبل الشركات العالمية والإقليمية العاملة في

مجالات الإعلام ؛ إذ وصل عدد الشركات المسجلة عند افتتاح المدينة والتي تم ترخيص لها بالعمل [35] شركة من بينها بعض الشركات العالمية ، ليصل مجموع الشركات عـام 2003م إلى [560] شركـة تغطـي مختلف تخصصات العمل الإعلامي والخدمات المكملة}(17).

ويلاحظ أن أكبر القطاعات التي توجد بمدينـة دبي للإعـلام ؛ هـو قطـاع الـشركات المتخصـصة في مجال خدمات التسويق (الدعاية والإعلان والعلاقات العامـة والاسـتشارات) حيـث يمثـل هـذا القطـاع 28% من إجمالي شركات المدينة في حين يليه قطاع النـشر بنـصيب 22% ومـن بعـدهما قطـاع شركـات الإنتاج الإعلامي وخدمات ما بعد الإنتاج بنسبة 15%من مجمل الشركات العاملة في حرم المدينة ، كما شهد قطاع البث التلفزيوني نمواً ملحوظاً ، وقد بلغ عـدد مؤسـسات البـث الإذاعـي والتلفزيـوني [20] مؤسسة ، أشهرها MBC تلفزيون مركز الشرق الأوسط، وتلفزيون المجـد، و شـبكة الإذاعيـة العربيـة ، محطة CNN وغيرها ، حيث وصل عدد المحطات الإذاعية والتلفزيونية المنطلقة من المدينة [11] قناة، وفي زيارة الباحث للمدينة الإعلامية ذكر له مديرها التنفيذي { [أن مـشروع (التليبـورت) أو مـا يعـرف بالبوابة الفضائية ساهم مساهمة كبيرة في جذب مؤسسات البث الإعلامي ، لأنه يوفر خـدمات البـث والاستقبال الأرضي والفضائي من خلال مركز واحـد عـلى أرض المدينـة يـوفر مجموعـة مـن الخـدمات التقنية في مجالات الإرسال والاستقبال الفضائي}(18).

## المطلب الثالث

## المنطقة الإعلامية الحرة بجمهورية مصر العربية

أنشأت جمهورية مصر العربية المنطقة الإعلامية الحرة عام 2000م بقرار مجلس الوزراء رقم [411] على مساحة قدرها 3 ملايين متر مربع بمدينة السادس من أكتوبر بمحافظة الجيزة، وتضم المنطقة المؤسسات الإعلامية الرئيسة التالية:-

أ- الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلاميEgyptian Media Production City(EMPC )

ب- الشركة المصرية للأقمار الصناعية The Egyptian Satellite Co.

ج- الشركة المصرية للقنوات الفضائية.

د- شركة النيل لشبكات الاتصالات.

هـ- مجموعة من الشركات العربية للقنوات الفضائية

* **وحدد القرار الأنشطة التي تمارس بالمنطقة الحرة وتتمثل في الآتي :-**

أ- البث الفضائي التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار الصناعية .

ب- إنتاج المصنفات الإذاعية والتلفزيونية والأعمال السينمائية .

ت- أنشطة تعليمية أكاديمية وتدريبية إعلامية متخصصة .

ث- إقامة دور الطباعة .

ج- إنتاج وتصنيع الأدوات والمهمات اللازمة لهذه الأنشطة.

ح- خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة .

خ- إقامة المعارض الدائمة للشركات العالمية والمحلية المنتجة لأجهزة تكنولوجيا الاتصال والإنتاج الإعلامي .

ذ-إقامة الفنادق والمنشآت السياحية والتجارية التي تخدم المنطقة والخدمات البنوك.

ر- السماح بنشاط الشركات المتعددة الجنسيات والشركات المساهمة الأجنبية والحكومية والخاصة وهيئات الإذاعة والتلفزيون الرسمية العربية والأجنبية والشركات المساهمة المصرية.

ز-استثمار كل الإمكانيات الموجودة في مدينة الإنتاج الإعلامي .

* **المزايا والتسهيلات.**

تتمتع المنطقة الحرة بعدد من المزايا أهمها (19)

أ- عدم وجود قيود على جنسية رأس المال .

ب- حرية اختيار الشكل القانوني للمشروع.

ت- حرية تحويل الأرباح والمال المستثمر وإعادة التصدير .

ث- حرية الاستيراد من السوق المحلي أو الخارجي دون خضوع واردات المشروعات داخل المنطقة الحرة للقواعد الاستيرادية العادية المعمول بها داخل البلاد .

ج- حرية التشغيل لحساب الغير لاستغلال ما لديها من طاقات فائضة.

ح- معاملة السلع والبضائع المصدرة لمشروعات المناطق الحرة من داخل البلاد معاملة السلع والبضائع المصدرة من الخارج .

خ- منح العاملين الأجانب تصاريح إقامة بناءً على منح المستثمرين الأجانب تسهيلات في الإقامة.

هـ- إعفاء كافة واردات المشروع - عدا سيارات الركوب - من الأصول الرأسمالية ومستلزمات الإنتاج اللازمة لمزاولة العمل ، من الضرائب الجمركية وضريبة المبيعات وغيرها من الضرائب والرسوم طوال فترة حياة المشروع.

د- عدم إخضاع المشروعات وأرباحها لقوانين الضرائب والرسوم بمصر طوال حياة المشروع.

ز- عدم خضوع صادرات المشروع إلى الخارج للإجراءات الجمركية العادية.

س- عدم جواز تأميم هذه المشروعات أو مصادرتها.

ش- عدم جواز الحجر أو الاستيلاء على أموالها أو تجميدها أو التحفظ عليها أو فرض الحراسة عليها من غير الطريق القضائي.

ص- عدم رفع الدعوى العمومية على المشروعات إلا بعد أخذ رأي الهيئة العامة للاستثمار.

*** ضوابط العمل في المنطقة الإعلامية الحرة**

اصدر مجلس إدارة المنطقة الإعلامية الحرة عدداً من الضوابط لتنظيم العمل تتمثل في الآتي (20):

أ- يجب أن يكون رأس مال المصدر ملائم للنشاط المطلوب مزاولته.

ب- يجب أن لا يقل رأس المال المصدر لأنشطة القنوات المتخصصة عما يعادل 20مليون جنيه، و30 مليون جنيه للقنوات العامة.

ج- يتم استثناء الشركات الاقتصادية وشركات التسويق وشركات الإنترنت من شرط رأس المال السابق الذكر.

د- لا يمنح حق الترخيص للقنوات الفضائية ذات الصبغة الدينية أو الطائفية أو الحزبية أو الداعية للجنس والعنف .

هـ- إلزام الشركات العاملة في المنطقة بميثاق الشرف الإعلامي ، الذي يمنع التشهير والكذب والإساءة للغير ، ويحترم القيم الأخلاقية للمجتمعات العربية والإسلامية.

و- منع المرخص له من حق التنازل عن ترخيصه لأي جهة إلا بموافقة الجهة المختصة.

ز- يمنح حق التوزيع والتشفير لبث البرامج والخدمات للشركات المرخص لها فقط.

وبما أن مدينة الإنتاج الإعلامي و الشركة المصرية للاتصالات [نايل سات ] ، تمثلان ركيزتان مهمتان للمنطقة الإعلامية الحرة، يقوم الباحث بعرض موجز لنشأتهما وإمكانياتهما الفنية ، بتركيز أكبر على مدينة الإنتاج الإعلامي ؛ لصلتها القوية بموضوع الدراسة.

**#. الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي**EMPC

نشأت الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء ورئيس مجلس إدارة الهيئة العامة للاستثمار رقم [128 ] بتاريخ 1997/2/5م ، على أن تتمتع بالإعفاءات والمزايا المقررة في قانون الاستثمار رقم [230] لسنة 1989م . تم تسجيلها كشركة مساهمة مصرية عن طريق الاكتتاب العام بموجب قرار رئيس الهيئة العامة للاستثمار رقم [926] لسنة 1997م ، وأحكام القانون رقم [230] لسنة 1989م، والقانون رقم [8] لسنة 1997م وقد تم قيدها في السجل التجاري برقم [1548] 6أكتوبر بتاريخ 1997/11/23سجل الاستثمار محافظة القاهرة .

وبلغ رأس مال الشركة المرخص به[5] مليارات جنية مصري والمصدر 1300مليون جنيهاً مصرياً ، موزعاً على 130مليون سهم كل سهم 10جنيهات منها 65مليون سهم عيني و65 مليون سهم نقدي والحصة العيينة مقدمة من اتحاد الإذاعة والتلفزيون وهي عبارة عن الأرض ومساحتها1850772 أُقيم عليها المشروع والإنشاءات والتركيبات ، وتجهيزات المرافق، وخلافه.

تقع مدينة الإنتاج الإعلامي في مدينة ستة أكتوبر خارج القاهرة بين الكيلو مترين 27و29على طريق [ الواحات البحرية ] المتفرع من طريق [ الفيوم ] وتبلغ مساحتها

خمسمائة فدان أي حوالي مليوني متر مربع، و{ قامت اليابان بدراسة الجدوى للمشروع-تم إنشاؤه-باعتباره ليس فنياً فقط بل اقتصادياً }(21)

*** أهداف مدينة الإنتاج الإعلامي:**

وتتمثل أهداف مدينة الإنتاج الإعلامي في الآتي(22):-

أ-تحقيق ثلاثة آلاف وخمسمائة ساعة من الإنتاج التلفزيوني سنوياً منها ألفا ساعةباستوديوهات المجمع الرئيس ، وألف وخمسمائة ساعة بمناطق التصوير المفتوحة

ب- توفير إنتاج متنوع [ درامي ، ثقافي ، ترفيهي ، وأطفال ] يفي بالاحتياج المحلي والتسويق الخارجي.

ج - توفير وسائل إنتاجية يمكن تأجيرها ، لأغراض التلفزيون والسينما.

د- توفير إنتاج بطاقة أساسية تقدر بحوالي مائة فيلم سنوياً بمعمل تحميض الأفلام.

هـ - توفير مشغولات خشية ومعدنية من خلال مجمع الخدمات تزيد على حاجة مجمع الاستوديوهات ، ومناطق التصوير حتى يستفيد منها الآخرون في تصوير أعمالهم الفنية.

و- اتخاذ المدينة كمزار سياحي للراغبين من المصريين والسائحين أثناء التصوير.

ز- ا لاستفادة من فائض طاقة مركز التدريب محلياً وأجنبياً وتحقيق عائد مادي.

*** تكوين مدينة الإنتاج الإعلامي:**

تتألف مدينة الإنتاج الإعلامي من عدة مناطق هي:-

أ- المنطقة المخصصة لتصوير مناظر العصور إسلامية:

وتقع على مساحة مقدارها 82ألف متر ربع ونسبة المستغل منها 23%. وتحتوي المنطقة على منشآت ذات طراز عثماني ومملوكي حيث توجد فيها قصور ومنازل ووكالات ومقاهي وديوان وبوابة الفتوح والمحلات . وقد روعي في تصميم المنطقة استخدام مواد وخامات ديكورية قابلة للتعديل.

ب- الحارة الشعبية:

وهي منطقة مخصصة لتصوير الأعمال الشعبية المختلفة على سطح 65ألف متر مربع، ونسبة المستغل منها 5%، والمنطقة بها نموذج لحارات المناطق الشعبية بمصر مثل خان الخليلي بما فيها من محلات تجارية بمختلف أنواعها ومنازل من عدة أدوار يمكن استغلالها للتصوير الداخلي ، وروعي في تصميم المنطقة استخدام مواد وخامات ديكورية قابلة للتعديل بما يتناسب مع الأعمال الفنية المختلفة .

ج- المنطقة الريفية:

وهي مخصصة لتصوير الأعمال الريفية المختلفة على مساحة مقدارها 18، 5فدان نسبة المستغل منها 60%. وتمثل المنطقة نموذجاً لقرى مصرية (قديمة، ومطورة) ، وتظهر في القرى القديمة المسطحات زراعية والمنازل الريفية القديمة ومركز الشرطة والمقهى والمطبعة والمحلج والبوستة. أما في القرى المطورة فتجد المنازل الريفية الحديثة ومركز الشرطة والمقهى والضريح ومنزل العمدة الثري وبرج الحمام والمسجد.

د- المنطقة الفرعونية :

وهي مخصصة لتصوير مناظر مختلفة لعصور فرعونية على مساحة مقدارها سبعة عشر ألف متر نسبة المستغل منها 15%. وتمثل منطقة جذب سياحي حيث إن الديكورات المنفذة بها تمثل جزءاً من مدينة [تل العمارنة] المندثرة التي بناها الملك إخناتون و التي

دمرت بواسطة كهنة معبد أمون بعد وفاة إخناتون. وتتكون المنطقة من سور وأبواب قصر الملك وأبواب القصر السياسي والكوبري الموصل بين القصرين ومبني الجيش والشرطة .

**هـ- المنطقة البدوية والصحراوية :**

وهي مخصصة لتصوير مناظر من البيئة الصحراوية والبدوية على مساحة مقدارها ثلاثة وعشرون ألف متر مربع نسبة المستغل منها 5% . وتمثل المنطقة عدة نماذج من حياة البدو والحياة بما فيها من خيام وآبار للمياه وجبال ووديان .

**و- المدن والأحياء المصرية الشهيرة :**

وهي مخصصة لتصوير مناظر لأحياء مصرية حديثة على مساحة مقدارها سبعة وسبعون ألف متر مربع نسبة المستغل منها 20% ، وتضم نموذجاً لأحياء الإسكندرية منها المنشية والبورصة وشارع من شوارع الإسكندرية القديمة بما فيها من منازل وقصور وترام بالإضافة على مسجد المرسى أبو العباس ، ومنزل الزعيم سعد زغلول بكامل محتوياته .

**ز- المنطقة الترفيهية** [magic land] :

وتستخدم كمزار سياحي وترفيهي بالإضافة إلى الاستعانة بها في تصوير برامج الأطفال والمنوعات ، وتقع مساحتها في مائة وستين ألف متر مربع ، وتتكون عدة منشآت منها واحة معالم مصر والمسرح المكشوف ومبني الألعاب المغلق وغابة الديناصورات ومجمع عروض الدرافيل والتصوير تحت الماء ومغارة على بابا ومدينة المرور ومركز المعلومات ومنطقة الألعاب الترفيهية الخارجية وبوابة الزمن منطقة الغرب الأمريكي والتزحلق على الجليد والنهر السريع[Rapid River] ، ومجمع مبارك العالمي[أ] للاستوديوهات ، والذي يشمل [14] أستوديو مجهزة بكامل التجهيزات الفنية والخدمات الإنتاجية اللازمة ، ومجمع مبارك [ب] ويشمل على[6 ] استوديوهات متماثلة بمسطح

خمسمائة متر مربع وأستوديو آخر بالمنطقة الإسلامية وثلاثة استوديوهات تعليمية ، وتحقق كلها ثلاثة آلاف ومائة ساعة إنتاج سنوياً تسهم في دفع الحركة الفنية.

*** الإمكانيات الفنية بالمدينة:**

تتميز استديو هات مدينة الإنتاج الإعلامي بتقنيات فنية هندسة رقمية عالية ؛ متـصلة مبـاشرة بالأقمار الصناعية ، لاستقبال الرسائل وإعادة بثها من خلال القنوات المتصلة بنايل سات ، وأهم هـذه التقنيات هي:

أ- كاميرات مزودة بعدسات مختلفة المدى.

ب- مزج صوتي رقمي.

ج- مؤثرات مرئية ، وأجهزة كتابة بالكمبيوتر.

د- وحدات مشاهدة مختلفة المقاسات Monitors

هـ- مازج صوتي ومؤثرات خاصة .

و- دوائر تليفونية لاستقبال المكالمات الهاتفية ، وميكرفونات سلكية ولاسلكية .

ز- أجهزة قراءة على الشاشات ، وشبكات إضاءة باردة ، ووحدة تحكم خاصة بالمخرج .

كما توجد المراكز الفنية التي تخرج منها معظم الإعـمال الفنيـة ، وهـي مـزودة بمعـدات فنيـة حديثة ، ومن هذه المراكز :-

أ- مراكز المونتاج .

ب- مراكز المشاهدة.

ج- مركز الدوبلاج الصوتي.

د- مركز الترجمة.

#. الشركة المصرية للأقمار الصناعية The Egyptian Satellite .Com.

تأسست شركة (نايل سات ) في يوليو 1996م لتشغيل الأقمار الصناعية برأسمال مال مرخص به Licensed بلغ 500مليون دولار ، وبدأت العمل بمبلغ 100مليون دولار وارتفع Increased إلى 170دولار ، وتوزع الأسهم على الملاك (Owners) ، كالآتي (23):-

1- اتحاد الراديو والتلفزيون المصري نسبة40% The Egyptian Radio and Television Union(ERTU)

2- الشركة المصرية للمشاريع الاستثمارية نسبة15% The Egyptian Company for Investment Projects(ECIP)

3- المنظمة الصناعية العربية10% Arab Organization for Industrialization

4- بنك مصر الوطني نسبة7، 5% The National Bank of Egypt

5- بنك القاهرة بنسبة 7، 5% Cairo Bank

6- لمساهمة العامة بنسبة20% Public Subscription

ويتشكل مجلس الإدارة من أحد عشرة عضواً ، خمسة أعضاء من اتحاد الإذاعة والتلفزيون واثنان من الشركة المصرية للمشاريع الاستثمارية ، وعضو واحد لبقية المساهمين الأربعة.

وأطلقت الشركة القمر الصناعي نايل سات [101] في أبريل عام 1998م بواسطة الصاروخ الفرنسي [ آريان4]ARIANE4 ، وصمم على نمط التقانة الرقمية DigitalTechnology وعلى أسلوب البث المباشر إلى المنازل مباشرة Direct-To-Home (DTH) ويوصف أحياناً بالقمر الإذاعي المباشر Direct Broadcasting Satellite، ويحمل القمر [ 12] قناة قمرية تحتوي على أكثر من 120 قناة تلفزيونية رقمية مفتوحة

ومـشفرة وأكـثر مـن 30محطـة إذاعيـة رقميـة، وتـستخدم قنـوات نايـل سـات القمريـة حـزم KU Band .

ويقول بروفيسور على محمد شمو{ يتميز نايل سات بقدرته على بث خدمات الاتصال المتعددة Multi-Media كالتلفزيون والراديو والبيانات والإنترنت ، ويسهل الاتـصال بـين المؤسـسات التـي تقـع في أماكن متباعدة كوكالات الأنباء أو بـين النـاشرين والكتـاب والمحـررين ورجـال الأعـمال ، بالإضـافة إلى الخدمات التعليمية والتعليم عن بعد Distance Learning والتعليم المفتوح Open Learning عـلى المـستويين العام والعالي}(24).

وفي 17أغسطس 2000م تم إطلاق القمر الـصناعي المـصري الثـاني نايـل سـات [102] - بتكلفـة بلغت 140مليون دولار- من قاعدة كورو للفضاء بأمريكا الجنوبية ليـشكل مـع القمـر الـصناعي الأول نايل سات [101] الجيل الأول للأقمار الصناعية المصرية ، ويحمل القمر الجديد 12قناة قمريـة تبـث 96قناة تلفزيونية وبذلك تمتلك مصر 24 قناة قمرية تبـث 180قنـاة تلفزيونيـة فـضائية و800 محطـة إذاعية مصرية وعربية ودولية.

ويمثل القمر الصناعي نايل سـات [102] احتياطـاً أساسـياً للإرسـال الأرضي إلى جانـب أنـه يـصل بالإرسال التلفزيوني لمناطق التوسعات العمرانية الجديدة في الصحراء الغربية وهو {مزود بهوائي جديـد يوفر مجالاً أوسع لمساحة التغطية بحيث يغطي منطقة العالم العربي والشرق الأوسـط وشـمال أفريقيـا وأوروبا}(25)

وتوجد محطتان أرضـيتان للـتحكم وتـشغيل القمـرين ، الأولي في مدينـة الـسادس مـن أكتـوبر والثانية في منطقة الحمام في برج العرب بالقرب من الإسكندرية ، بالإضافة إلى محطات أرضـية خـارج مصر لجذب المزيد من المستثمرين والقنوات العالمية.

## المطلب الرابع

## المدينة الإعلامية الأردنية Jordan Media City

نشأت المدينة الإعلامية الأردنية عام 2001م كمشروع شراكه بين الحكومة الأردنية وشركة (دله) للإنتاج العالمي لصاحبها رجل الأعمال صالح عبد اللـه كامل، ولكن الآن يمتلكها القطاع الخاص بنسبة 100% . واستهلت عملها في 2002م .

وتقوم المدينة الإعلامية الأردنية على مساحة قدرها 18ألف كيلو متر مربع بمنطقة أم الحيران شرق العاصمة عمان بالقرب من راديو وتلفزيون الأردن ، ويصف رئيس وزراء الأردن الأسبق عبد الرؤوف الروابدة الموقع بأنه؛{ قريباً من مناطق التسوق والترفيه ولا يبعد كثيراً من مطار عمان الدولي }(26)، وهذه دلالة على أن موقع المدينة استراتيجي ، يوفر الخدمات اللوجستية للاستثمارات الإعلامي ؛ يضاف إليه موقع الأردن الجغرافي الذي يتوسط بين قارات آسيا وأفريقيا.

وجاء في وثائق التأسيس{ إن المدينة الإعلامية الأردنية (JMC ) ستكون قائدة للحرية الإعلامية والخدمات الإنتاجية التلفزيونية والإذاعية في الشرق الأوسط}(27) ، و يشير عبد الرؤوفالروابده إلى السمات الإيجابية التي تضمنها مشروع قانون إنشاء (المنطقة الإعلامية الحرة ) بأنه يهدف{ إلى جذب المستثمرين العرب والأجانب في مجال الإعلام ، وإعطائهم الحرية الكاملة لإنشاء مؤسساتهم ، كما يكفل لهم الحرية المطلقة في إبداء الرأي ، وفي إحضار من يرونه من الأشخاص سواء للعمل أو المشاركة في النشاطات الإعلامية دون أن يكونوا ملزمين بموافق الدولة الأردنية أو قوانينها، وأن المؤسسات الإعلامية ستكون فقط ملزمة بميثاق شرف كجزء من العقد بين الحكومة والمؤسسة }(28). وهذه السمات توضح أهداف المدينة الحرة وحوافزها وضوابطها.

واستفادت المدينة من قانون المناطق الحرة - قبل إجازة القانون الخاص بها والذي مازال قيد المناقشة في البرلمان الأردن -في وتقديم العديد من التسهيلات والمميزات التي تعطى عادة للمناطق الحرة ، بإعفاء المشروع الإعلامي والمعدات اللازمة له من جميع أنواع الضرائب والرسوم ؛ وعلى أثر ذلك تم توقيع ميثاق الشرف الإعلامي العربي ؛ بين الشركة والحكومة الأردنية ؛ للوصول إلى إعلام حر واع وهادف ، وتم تحديد الأهداف التي تسعى إليها المدنية الإعلامية في الآتي : (29)

أ- جذب الاستثمارات الإعلامية العربية والأجنبية

ب- إنتاج المواد الإعلامية الدرامية وتسويقها

ج- دعم الاقتصاد الوطني بشكل مباشر عبر توظيف العمالة الأردنية

د- تعزيز مسيرة الأردن الديمقراطية

وفي إطار تحقيق هذه الأهداف يقول زياد ألخص مدير عام المدينة ؛{ بلغ حجم الاستثمار في المدينة الإعلامية خلال عام 2004م حوالي 30مليون دولار ، ويتوقع أن يتضاعف هذه السنة ، إضافة لتوفير المدينة فرص عمل للشباب والشابات الخريجين، حيث بلغ عددهم 800موظفاً ، ويتوقع أن يصل إلى 1000موظف خلال سنتين}(30).

**و. حددت المدينة الإعلامية المحظور بشأن النشر والبث في الآتي:-**

أ- الالتزام بعدم الإساءة لأي دولة عربية أو العمل لإسقاط أي نظام عربي أو محاربته.

ب- مراعاة المعتقدات الدينية والتقاليد الاجتماعية في الأردن

ورغم هذه الضوابط تبث حوالي [70] قناة فضائية من المدينة ؛ تشمل تلفزيونات فضائية وأرضية عربية وتركية وإيرانية وأوروبية وهندية ، و قلل مدير عام المدينة من خطورة المنافسة التي تواجه المدينة من المشاريع المشابهة لها في المنطقة { لأن المدينة تملك أحدث الأجهزة بين نظيراتها بالمنطقة؛ إلى جانب أنها تقدم أفضل الخدمات من خلال الالتزام بالأفضل وبالنوعية }(31) .

ملخص

تناول هذا المبحـث فكـرة المـدن الإعلاميـة العربيـة الحـرة والآراء المؤيـدة والمعارضـة لهـا، ثـم استعرض أهميتها.

وشرح المبحث بصورة مفصلة نشأة مدينة دبي الإعـلام ، منـذ إعلانهـا بتـاريخ الأول مـن فبرايـر 2000م بأمر الشيخ راشد بن محمد أل مكتوم ، متناولاً أهدافها عـلى ضـوء قـانون منطقـة دبي الحـرة للتكنولوجيـا والتجـارة الإلكترونيـة رقـم(1)، المتمثلـة في تـرخيص وتـسجيل وتنظـيم أعـمال شركـات ومؤسسات الدعاية والإعلان ، وتنظيم وتطبيق ومراقبة لوائح وقواعـد قـوانين الملكيـة داخـل المنطقـة الحرة ، وإنشاء وتأسيس الشركات الفرعية وتوفير الأموال لها أو لغيرها والدخول في شركات أو مشاريع مشتركة.

وبسط المبحث الحديث عن بدايـة العمـل بالمدينـة الحـرة في 20ينـاير 2001م ، وعـدد الـدول المشاركة فيها والتي بلغت عند افتتاحها اكثر من 24 دولة بنـسب متفاوتـة ، ثـم ذكـر الأنـشطة التـي تمارس داخلها ، من نشر واتصالات وإنتاج وبث إذاعي وتلفزيوني وإعلام حـديث ومتعـدد ، ومـزودي الخدمات ، ووكالات الأنباء ، وغيرهـا . ثـم أشـار إلى محـاذير العمـل بالمدينـة، و المتمثلـة في ألاءات الأربعة ، لا للمواد الفاضحة والإباحيـة ، لا للمؤسـسات المملوكـة مـن قبـل الأحـزاب الـسياسية ، لا للتبشير لدين غير الإسلام . وأبان الامتيازات الكبيرة التي تقدمها المدينة لخدمة الاسـتثمار، والتـي منهـا مـنح الـشركات العاملـة نـسبة ملكيـة تجاريـة 100%، . وعـدد الفـصل الـشركات والمؤسـسات التـي استقطبتها المدينة الإعلامية الحرة ، ونبه إلى الفوائد الاقتصادية التي تحققها المدنية.

وتناول المبحث نشأة المنطقة الإعلامية الحرة بجمهوريـة مـصر العربيـة عـام 2000م ، بمدينة الـسادس مـن أكتـوبر والمؤسـسات الإعلاميـة التـي تـضمها المنطقـة ، تـم اسـتعرض الأنشطة التي تمارس بالمنطقة وهي شبيه إلى حد ما بالأنشطة الموجودة في مدينـة دبي ، ثـم المزايا والتسهيلات التي توفرها ، ومنها عدم وجود قيود عـلى جنـسية رأس المـال ، وحريـة

تحويل الأرباح والمال المستثمر ، وغيرها من امتيازات كالإعفاءات الجمركية والضرائبية، كما تناول ضوابط العمل في المنطقة الحرة .

واستعرض المبحث نشأة الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي وأهدافها وتكوينها وإمكانياتها الفنية ، والجهات المساهمة فيها ، وكذلك الشركة المصرية للأقمار الصناعية نشأتها والجهات المساهمة فيها.

وأخيراً تناول المبحث نشأة المدينة الإعلامية بالأردن عام 2001م وبداية عملها في 2002م والأشياء التي تميزها عن سابقتها بشأن ملكيتها بأنه يمتلكها القطاع الخاص بنسبة 100% ، متمثلاً في شركة ( دله) لرجل الأعمال صالح الكامل ، وأهدافها وتكوينها والمساحة التي تشغلها والأنشطة التي تمارس بداخلها ، والتسهيلات التي تقدمها للمستثمر، وحجم الاستثمار بها ، وأهميتها الاقتصادية للأردن ، وتوفيرها لفرص العمالة .

ثم تناول المبحث ضوابط العمل التي يجب الالتزام بها داخل المدينة الإعلامية ، والتي على رأسها، مراعاة المعتقدات الدينية والتقاليد الاجتماعية بالأردن ، وعدم الإساءة لأي دولة من الدول العربية فيما ينشر ويبث بالمدينة .

## مصادر والمراجع المبحث الأول


(1)محمد قيراط – الإعلام والمجتمع (الرهانات والتحديات ) – (بيروت ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط1، 2001م ) ص 28.

(2) المرجع نفسه ص 29 .

(3)صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 292شعبان 1421هـ /2000/10 /العدد8006/ السنة(23) استطلاع مع الشيخ صالح عبد اللـه كامل ص22.

(4) htt://www.islamonline.net-arabic/dowalia/alhadath2000-Jan-24/alhadath5.asp

(5)http://penclub.virtualave.net/52.htm

(6) قناة الجزيرة القطرية – برنامج أكثر من رأي – حوار مع صالح القلاب/وزير الإعلام الأردني الأسبق، /الخميس 9/4/ 1421، الموافق 11/30/ 2000م ، التوقيت 22، 4( مكة المكرمة ) ، 19، 4 غرينتيش).

(7)صحيفة البيان – بتاريخ 2001/1/20م العدد(158) السنة الخامسة عشرة ، حوار مع بال الحسن رئيس تحرير صحيفة الحياة الأسبق ص31.

(8)صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 292شعبان 1421هـ /2000/10 / العدد8006/

السنة ( 23) استطلاع مع على الحديثي مدير تلفزيون MBC ص22.

(9)قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام رقم[1] لسنة 2000، ديوان سمو الحاكم ، حكومة دبي .

(10)عبد القادر الكاملي– دراسة عن منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام - ورقة مقدمة لمؤتمر الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي المنعقد بالعاصمة الأردنية عمان في الفترة من [ 2/27- 1 /3 / 2002م ] ص 2.

(11) البيان – بتاريخ 2001/1/20تصريح صحفي محمد القرقاوي مدير عام سلطة دبي للتكنولوجيا الإلكترونية والإعلام ص 2.

(12) عبد القادرالكاملي– دراسة عن منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة والإلكترونية والإعلام – المرجع ص5 .

(13) البيان –بتاريخ2001/1/20-مرجع سابق ص15.

(14) المرجع نفسه ص16.

(15)عبد القادر الكاملي– دراسة عن منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام - مرجع سابق ص 4 .

(16)المرجع نفسه ص6 .

(17) المرجع نفسه ص8 .

(18) مقابلة مع المدير التنفيذي لمدينة دبي للإعلام بتاريخ 1424/10/5هـ بدبي .

(19)htt://www.gov.eg/ybook/htmI/info01.htm

(20)Ibid.

(21) أحمد الشهاوي – مدينة الإنتاج الإعلامي في مصر بين الحرية في الأداء والحرية في التعبير - ورقة مقدمة لمؤتمر الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي المنعقد بالعاصمة الأردنية عمان في الفترة من [ 27/2- 1 /3 / 2002م ] ص 1.

(22) المرجع نفسه ص 2.

(23)htt://www.gov.eg/ybook/htmI/info01.htm. bid.

(24)على محمد شمو– تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات – ( القاهرة ، دار القومية العربية للثقافة والنشر ، 2000م ) ص 307.

(25)htt://www.gov.eg/ybook/htmI/info01.htm.bid.

(26)htt://www.islamonline.net-arabic/dowalia/alhadath2000-Jan-24/alhadath5.asp

(27)http://www.jordanmediacity.com./app/public/News/ArticleDetalis.

Asp

(28)htt://www.islamonline.net-arabic/dowalia/alhadath2000-Jan-24/alhadath5.asp

(29)http://www.jordanmediacity.com./app/public/News/ArticleDetalis.

Asp

(30)http://saneoualhadath.naseej.../detail.asp?InNewsltemld=16149&InTemplatekey=prin

(31)http://www. jordanmediacity.com./app/public/News/ArticleDetalis Asp

# المبحث السادس

## الدراسة التطبيقية والميدانية

1. **المطلب الأول :-تفسير بيانات ومعلومات الدراسة.**

أ. **منهجية الدراسة.**

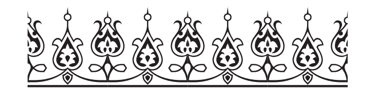
ب. **تفسير بيانات المعلومات الديموغرافية.**

ج. **تفسير بيانات محاور الدراسة.**

2. **المطلب الثاني : تفسير متغيرات الدراسة .**

أ. **تفسير بيانات متغيرات محاور الدراسة.**

3. **مصادر ومراجع المبحث السادس**



### أ- منهجية الدراسة Methodology

#### أولاً: نوعية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية الاستطلاعية، ، وهي دراسة آنية معاصرة لهذه الظاهرة ؛ التي برزت في العالم العربي ، حيث تسعى لاستطلاع قدرة المدن الإعلامية العربية الحرة على النمو والاستمرار من خلال أهدافها و دوافعها و أهميتها وفائدتها الوطنية والعربية والعالمية، والتعرف على قدرتها على جذب الاستثمارات الإعلامية الأجنبية والعربية المهاجرة، كما تنتمي إلى مصفوفة الدراسات الوصفية التحليلية التي ترصد وتوصف وتحلل أبعاد ودلالات المدن الإعلامية العربية الحرة ، بكشفها عن الصعوبات والمعوقات والعوامل المؤثرة في قدراتها على الاستمرار.

#### ثانياً: تساؤلا ت الدراسة Questions

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية :-

1-ما دوافع إنشاء المدن الإعلامية العربية الحرة ؟ وما أهميتها للمجتمعات العربية ؟

2- ما مدي قدرة المدن الإعلامية العربية الحرة على توفير الامتيازات والتسهيلات الاستثمارية لجذب وسائل الإعلام الأجنبية والعربية المهاجرة ؟ وما فائدتها للإعلام العربي المحلي والكادر الصحافي الوطني؟

3- هل ستواجه المدن الإعلامية العربية الحرة صعوبات في أداء عملها؟ وماهي؟ وما مدي قدرتها على تحقيق الاستقلالية الكاملة عن الأنظمة السياسية في دول المنشأ ؟

4- ما مستقبل تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ؟ وما مدي نجاحها ؟

#### ثالثاً: منهج الدراسة Methods

تعتمد الدراسة على منهج المسح ، كمنهج علمي منتظم، يساعد على تنظيم المعلومات والبيانات المتعلقة برؤية أهل الصحافة، بشأن أهداف وأبعاد ودلالات المدن

الإعلامية العربية ، كما تستعين الدراسة بالمنهج الإحصائي لتحليل أرقام الدراسة الميدانية واستخلاص دلالاتها

**رابعاً : مجتمع الدراسة Population**

يتشكل مجتمع الدراسة من الصحافيين والقيادات الصحافية والإعلامية - مدير عام ، مدير إدارة ، رئيس تحرير ، مدير تحرير ، سكرتير تحرير ، رئيس قسم ، صحافي - بالسودان ودولة الإمارات العربية المتحدة ، وذلك لعلاقة الإعلاميين بهذه الظاهرة .

ووقع الاختيار على دولة الإمارات العربية المتحدة بجانب السودان ، للأسباب الآتية:

1- أن مجتمع الإمارات العربية المتحدة يعد واحداً من أسرع المجتمعات نمواً في آسيا والعالم ، وفقاً للتقريرين السنويين لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لعامي 1995 ، 1999م(1)

2- أن دولة الإمارات العربية المتحدة أولى الدول العربية تطبيقاً لتجربة المدن الإعلامية الحرة.

3- أن المجتمع الإعلامي بدولة الإمارات العربية المتحدة يعد أنموذجاً للمجتمعات الإعلامية المتعددة ، لتنوع جنسيات العاملين به، إلى جانب تمتع الإعلام الإماراتي بمساحة مقدرة من الحرية، مما يمكن من تقديم رؤية صحفية بعيون عربية عن ظاهرة المدن الإعلامية العربية الحرة ، تتناسب وأهداف الدراسة.

**خامساً: عينة الدراسة Sample**

من أهم الأسئلة التي تواجه الدراسات المعتمدة على نظام العينات هو ما هو الحجم الأمثل لحجم العينة الذي يضمن تمثيلها لمجتمع الدراسة والوصول بالنتائج إلى أعلى درجة من الدقة ؟

وفي الحقيقة ، ليس هناك إجابة محددة عن هذا السؤال سوى أن الحجم يتوقف على عوامل معينة(No answer to this question except it all depends ) وقد تكون عينة صغيرة أكثر تمثيلاً من عينة كبيرة ، فزيادة حجم العينة وحده لا يقلل من حجم التحيز.

وبما أن هناك قدراً كبيراً من التجانس في آراء وتوجهات الصحافيين والقيادات الصحفية حول كثير من الظواهر الإعلامية في العالم العربي التي تعمل تحت كنف أنظمة اتصالية متشابه وفي بيئة اجتماعية سياسية واقتصادية متقاربة ومتشابه أيضاً ، بلغ حجم العينة (310) شخصاً ، تم توزيع صحيفة الاستقصاء عليهم ، بالسودان ودولة الإمارات العربية المتحدة، منهم ( 179) صحافياً ، و (131) من قيادات الأجهزة الإعلامية.

بخصوص العينة البحثية السودانية ، في الجانب الصحافي، اختار الباحث 10% من نقابة الصحافيين البالغ تعدادها(800) صحافياً ( على ضوء البيانات المتاحة من نقابة الصحافيين ) ، لتكون عينة الدراسة (80) صحافياً، وتم اختيار هم عشوائياً ، أما بالنسبة لقيادات الأجهزة الإعلامية ، فمجتمع البحث تمثله المؤسسات الصحفية و الإعلامية المركزية بالسودان، والبالغ تعدادها (18) مؤسسة وهي [ الرأي العام ، أخبار اليوم ، الوفاق ، الصحافة ، ألوان ، الخرطوم ، الأيام ، الشارع السياسي ، الأنباء ، الأسبوع ، الخرطوم مونتير ، الحياة ، الأضواء ، الأزمنة ، المسيرة، تلفزيون السودان وكالة السودان للأنباء ، الإذاعية السودانية ] ، وذلك على ضوء البيانات المتاحة من المجلس القومي للصحافة والمطبوعات، وعن طريق العينة العشوائية ، اختار الباحث 30% من هذه المؤسسات الصحفية والإعلامية، حيث وقع الاختيار على ( صحيفة أخبار اليوم ، الخرطوم ، والصحافة ، والحياة ، والرأي العام ، وتلفزيون السودان ) ، ثم قام الباحث بتوزيع الاستبيانات على جميع قياداتها، والبالغ تعدادهم (71) شخصاً.

أما بالنسبة للعينة البحثية بدولة الإمارات العربية المتحدة ، حيث لا توجد اتحادات ونقابات ، تسهل مهمة الباحث في الحصول على قوائم بأسماء الصحافيين والقيادات الصحافية ، وعليه؛ مثلت المؤسسات الصحفية والإعلامية العاملة بدولة الإمارات العربية المتحدة مجتمع الدراسة ، وبلغ عددها (12) مؤسسة إعلامية وهي ( صحيفة البيان ، والاتحاد ، والخليج ، وتلفزيون أبو ظبي ، وتلفزيون راس الخيمة ، وتلفزيون أم القوين ، وتلفزيون دبي ، و تلفزيون المجد ، وتلفزيون MBC ، و تلفزيون عجمان ، و تلفزيون الشارقة، وتلفزيون العربية ) ، استبعد الباحث المؤسسات الإعلامية العربية والأجنبية التي لها مكاتب اتصال صغيرة بالمدينة الإعلامية بدبي ، لعدم تناسبها مع شروط مجتمع الدراسة . وعن طريق العينة العشوائية ؛ تم اختيار 30%من هذه المؤسسات الإعلامية بدولة الإمارات ، فكان الاختيار ( صحيفة الخليج ، قناة MBC، قناة أبو ظبي ، قناة المجد ) ، ليوزع الباحث الاستبيانات على جميع قياداتها البالغ تعدادهم (60) فردا، ثم على10% من صحافيها والبالغ عددهم (99) صحافياً، كما يوضح الجدول التالي :-

| المؤسسة | عدد الصحافيين | نسبة الدراسة | عينة الدراسة |
|---|---|---|---|
| 1- صحيفة الخليج | 500 | %10 | 50 |
| 2-قناة MBC | 300 | %10 | 30 |
| 3-قناة أبو ظبي | 150 | %10 | 15 |
| 4-قناة المجد | 40 | %10 | 4 |
| المجموع الكلي | 990 | %10 | 99 |

الجدول يوضح عينة الصحافيين في مجتمع الدراسة بدولة الإمارات ونسبتهم للمجتمع الصحافي الأصلي.

**سادساً : أسلوب جمع البيانات :-Data collection**

استخدم الباحث الاستقصاء* كأسلوب لجمع البيانات ، لتحقق أهداف الدراسة في معرفة (جدوى المدن الإعلامية العربية الحرة ) باستكشاف أهدافها وأبعادها ودلالاتها.

وقد تم تحديد البيانات المطلوبة على النحو التالي :-

*معرفة المدن الإعلامية العربية الحرة .

*الحاجة للمدن الإعلامية العربية الحرة.

*أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة .

*الأنشطة التي تقوم بها المدن الإعلامية العربية الحرة.

*نوع ومدى الحرية التي توفر بالمدن الإعلامية العربية الحرة.

*مدي سماح الأوضاع السياسية والاجتماعية العربية للمدن الحرة بالعمل .

*أهمية وفائدة المدن الحرة للمجتمعات العربية .

*مدي قدرة المدن الحرة على توفير التسهيلات الاستثمارية الجاذبة لوسائل الإعلام والكوادر الصحافية المؤهلة .

* الصعوبات والمعوقات التي تعترض عمل المدن الإعلامية الحرة .

* علاقة وسائل الإعلام بالمدن الحرة والسلطات السياسية.

* وسائل الإعلام بالمدن الإعلامية الحرة والصراعات بين الدول العربية.

*البعد الاجتماعي والأخلاقي لما تبثه وسائل الإعلام بالمدن الحرة .

* مدى استفادة المدن الحرة من تجربة القنوات الفضائية الحرة .

*مدى نجاح تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة .

*اختبار لتجربة مدينة دبي الإعلامية .

* استمرارية تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة .

تم صياغة تلك البيانات ، بعد تحديد المعلومات المطلوبة ، على هيئة أسئلة في صحيفة الاستقصاء، بغية الإجابة عن تساؤلات الدراسة ، ثم قام الباحث بمراجعة صحيفة الاستقصاء مع المشرف الذي أضاف وحذف بعض البنود، لتكون الصحيفة على شكل أسئلة مغلقة فقط ، تسهيلاً لمهمة المبحوثين ، مراعاة لقلة المعلومات المتوفرة عن المدن الإعلامية العربية الحرة.

**سابعاً : قياس الصدق والثبات**Validity and Reliability

* **الصدق** Validity

تعني الدراسات المسحية بقضية المصداقية لدورها الرئيس في نجاح أي دراسة وتحقيق أهدافها ، ولذا عني الباحث بهذا الجانب فعرض صحيفة الاستقصاء على أربعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام ومناهج البحث الإعلامي * ، ثم أجري التعديلات اللازمة في ضوء ملاحظاتهم ، ومنها:-

1- تقسيم محاور الدراسة لتأتي تحتها البنود المشابهة لكل محور.

2- تحديد مراكز الفئات الموجه إليها الدراسة مثل( مدير عام ، رئيس تحرير، وهكذا ) بدلاً عن عدم تحديدها وتركها ( شاغرة ) ليكتبها المبحوث .

3- رفع الفئات العمرية للمبحوثين لتبدأ من (20سنة ) بدلاً عن (17سنة).

4- تخفيض المستوي التعليمي ليبدأ ( بأقل من الثانوي ) عوضاً عن ( الثانوي).

5- عدم التفصيل في درجة الدراسات العليا ( ماجستير ، دكتوراه ) والاكتفاء فقط ، بدراسات عليا.

6- اعتماد مقياس ( ليكرت ) لتحديد أوزان العبارات موضوع القياس ( موافق جداً ، موافق ، لا أدري ، غير موافق، غير موافق جداً ) .

7- تعديل عبارة ( حرية مطلقة ) في بند ( الحرية التي توفرها المدن الحر ة) لتكون (حرية مقيدة بضوابط ).

8- إضافة بند ( استفادة المدن الحرة من تجربة القنوات الفضائية ) في محور مستقبل المدن الحرة.

* **الثبات** Reliability

قام الباحث بإجراء دراسة استطلاعية على مجموعة من المبحوثين في فترتين مختلفتين وحصل على معامل ثبات بين نتائج الدراسة في الحالتين 86% وهو معامل ثبات مرتفع يؤكد صلاحية التطبيق .

**ثامناً: أدوات التحليل** Tools Analysis

اعتمد الباحث في تحليل البيانات على استخدام البرامج الإحصائية المناسبة ، وبالتحديد برنامج SPSSباعتباره أفضل البرامج التي تستخدم في تحليل بيانات الأبحاث العلمية وأشهرها ، والأحرف اختصار للعبارة Statistical Package for Social Science (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ).

اختار الباحث البرنامج المذكور في إصداره الحادي عشر SPSS11 ، وتمت الاستعانة بالأساليب الإحصائية التالية ( التوزيع التكراري ، المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، تحليل التباين في اتجاهين أو أكثر (Analysis of Variance (ANOVA) ، اختبار تساوي البيانات من أجل المقارنة البعدية لمتوسطات فروق المجموعات، وهي ، اختبار (LSD ) وهي اختصار للعبارة Lest Significant Difference (طريقة أقل فرق دال) ، واختبار شفيهScheffe ، واختبار توكي Tukey ).

**تاسعاً: عبارات إحصائية** Statistical Expressions

1- يكون الفرق دال إحصائياً ، إذا كان مستوى الدلالة لديه أقل من المعنوية 0، 05. أي تم رفض الفرض الصفري، ويكون الفرق غير دال إحصائياً ، إذا كان مستوى الدلالة لديه أكبر من المعنوية 0، 05.

2- اختبار المقارنة البعدية يستخدم إذاكان الفرق دالاً ، لمعرفة اتجاه الفرق الدال لصالح أي من المجموعات.

**عاشراً: حدود الدراسة :-**

إن معرفة حدود الدراسة يفيد في تصميم النتائج وفتح المجال للدراسات المستقبلية، فكان الآتي :-

1- الحدود المكانية : تمثلت في الصحافيين والقيادات الصحافية بالسودان ودولة الإمارات العربية المتحدة .

2- الحدود الزمانية : 2002م – 2005م .

3- الحدود الموضوعية :

(أ) اقتصرت الدراسة على دراسة قدرة المدن الإعلامية العربية الحرة على النمو والاستمرار وذلك بدراسة أهدافها وأهميتها للمجتمعات العربية ، وقبول الأنظمة العربية لها ، وفائدتها للكادر الصحافي العربي المحلي ، وقدرتها على جذب وسائل الإعلام العربية المهاجرة والأجنبية ، ومن ثم الصعوبات التي تعترضها.

ولذلك يمكن أن تثير هذه الدراسة مجموعة من البحوث المستقبلية منها :-

1- دراسة مقارنة بين الأهداف المعلنة والواقع الفعلي للممارسة الإعلامية بالمدن الحرة .

2- دراسة عن دور المدن الإعلامية الحرة في تطوير السياحة بدول المنشأ.

3- دراسة عن السوق الإعلانية بالمدن الحرة .

4- دراسة عن تطور الإنتاج الفني بالمدن الحرة .

5- دراسة عن المدن الإعلامية الحرة وتطور مهنة العلاقات العامة.

6- دراسة عن المدن الإعلامية الحرة ودورها في الترويج الاقتصادي والاستثماري .

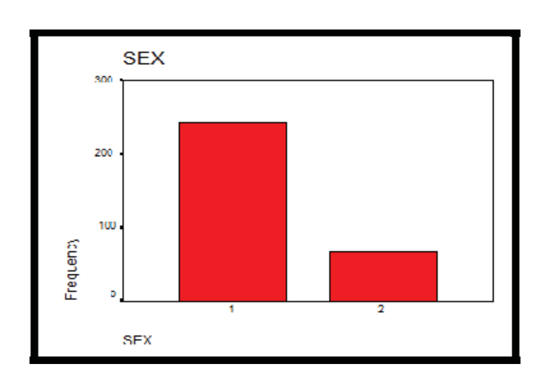
**ب- تفسير بيانات المعلومات الديمغرافية**

| النوع | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| ذكر | 243 | %78,4 |
| أنثي | 67 | %21,6 |
| المجموع | 310 | %100 |

جدول رقم (1)

مجتمع الدراسة حسب النوع

يوضح الجدول رقم (1) نوع الفئات التي اشتركت في البحث ، حيث يشكل الذكور نسبة بلغت 78، 4% من مجتمع الدراسة ، بينما كانت نسبة الإناث 21، 6% . أنظر الشكل (1)



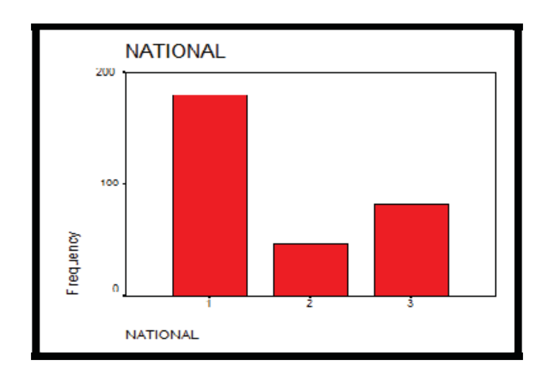

الشكل رقم( 1) يوضح الذكور و الإناث في الدراسة يرمز الرقم (1 ) إلى الذكور ، والرقم (2 ) إلى الإناث

| الجنسية | التكرار | النسبة % |
| --- | --- | --- |
| سوداني | 181 | %58,4 |
| إماراتي | 47 | %15,2 |
| جنسيات أخرى | 82 | %26,5 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم (2)**

**مجتمع الدراسة حسب الجنسية**

يوضح جدول رقم (2) جنسيات المبحوثين ، و معظمهم من السودانيين إذ بلغت نسبتهم 58، 4% من مجتمع الدراسة ، بينما بلغت نسبة المبحوثين من جنسيات أخرى 26، 5% ، و نال الإماراتيون نسبة 15، 2%.




الشكل رقم (2 )

يوضح جنسيات المبحوثين

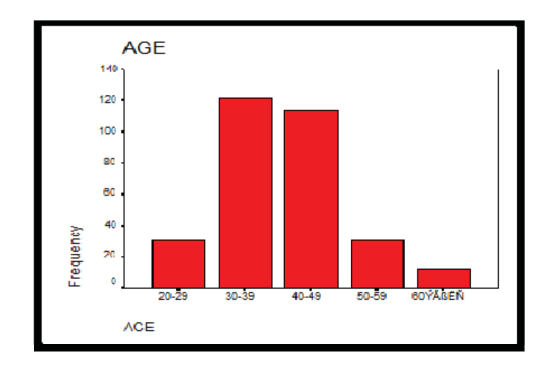
يرمز الرقم (1) إلى الجنسية السودانية ، ويرمز الرقم (2 ) للجنسية الإماراتية ، ويرمز الرقم ( 3 ) للجنسيات الأخر

| العمر | التكرار | لنسبة % |
| --- | --- | --- |
| 29-20 | 31 | %10,0 |
| 39-30 | 122 | %39,4 |
| 49-40 | 114 | %8 ،36 |
| 59-50 | 31 | %36,8 |
| 60 فأكثر | 12 | %3,9 |
| المجموع الكلي | 310 | %100 |

جدول رقم (3)

مجتمع الدراسة حسب العمر

يتضح من الجدول رقم (3) أن الفئة العمرية (30-39) أتت في المرتبة الأولي بنسبة بلغت 39، %4 ، تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية ( 40-49) بنسبة بلغت 36، 8% ، وفي المرتبة الثالثة تشترك الفئتان (20-29) و (50-59) بنسبة 10، 0% ، وأخيراً فئة ( 60 فأكثر ) بنسبة 3، 9% .




يوضح الشكل رقم (3 )

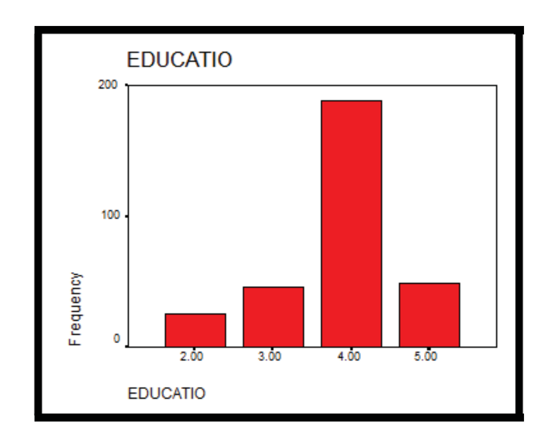
مجتمع الدراسة حسب العمر

| المؤهل | التكرار | النسبة % |
| --- | --- | --- |
| أقل من الثانوي | صفر | صفر |
| ثانوي | 26 | %8 ،4 |
| دبلوم | 46 | %14 ،8 |
| جامعي | 189 | %61 ،0 |
| دراسات عليا | 49 | %15 ،8 |
| المجموع الكلي | 310 | %100 |

جدول رقم ( 4 )

مجتمع الدراسة حسب المؤهل

يلاحظ في الجدول رقم (4)أعلاه، أن فئة المؤهل الجامعي كانت في المرتبة الأولي بنسبة كبيرة بلغت 61، 0% ، تليها بفارق كبير فئة الدراسات العليا بنسبة بلغت 15، 8%، تليها بفارق متدن فئة الدبلوم بنسبة بلغت 14، 8% ، وفي المرتبة الرابعة كانت فئة الثانوي بنسبة 8، 4% .




يوضح الشكل رقم (4 )

مجتمع الدراسة حسب المؤهل

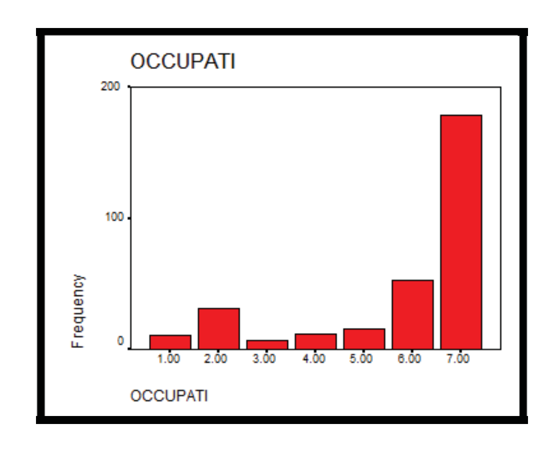
يرمز الرقم (1 ) إلى ( أقل من الثانوي ) ، ويرمـز الـرقم (2 ) ( الثـانوي) ، ويرمـز الـرقم (3 ) ( للدبلوم ) ، ويرمز الرقم ( 4 ) ( للجامعي ) ، ويرمز(5) المؤهل التعليمي (دراسات عليا ).

| المهنة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| مدير عام | 11 | 6، 3% |
| مدير إدارة | 32 | 3، 10% |
| رئيس تحرير | 7 | 3، 2% |
| مدير تحرير | 12 | 3، 9% |
| سكرتير تحرير | 16 | 2، 5% |
| رئيس قسم | 53 | 1، 17% |
| صحافي | 179 | 1، 57% |
| المجموع | 310 | 100% |

جدول رقم (5)

مجتمع الدراسة حسب المهنة

يتبين من الجدول رقم (5) أن الـصحافيين يـشكلون المرتبـة الأولي مـن مجتمـع الدراسـة بنـسبة بلغت 57، 7% ، ويليهم في المرتبة الثانية وبفارق كبير فئة رئيس قسم بنـسبة 17، 1%، وفي المرتبـة الثالثة فئة مدير إدارة بنسبة 10، 3% ، وفي المرتبة الرابعة فئة سكرتير تحرير بنـسبة 5، 2% ، و فئـة مدير تحرير المرتبة في الخامسة بنسبة 3، 9%، و فئة مدير عام المرتبة السادسة بنسبة 3، 6% ، وفئة رئيس تحرير في المرتبة السابعة بنسبة 2، 3% .




يوضح الشكل رقم ( 5 )

مجتمع الدراسة حسب المهنة

يرمز الرقم (1) لمهنة ( مدير عام )، ويرمز الرقم (2) لمهنة ( مدير إدارة ) ، ويرمز الرقم (3) لمهنة رئيس تحرير ، ويرمز الرقم (4 ) لمهنة ( مدير تحرير ) ، ويرمز الرقم ( 5 ) لمهنة ( سكرتير تحرير ) ، ويرمز الرقم ( 6) لمهنة ( رئيس قسم ) ، ويرمز الرقم ( 7 ) لمهنة صحافي .

**ج-تفسير بيانات محاور الدراسة**

**1- تفسير بيانات المحور الأول ( أهداف وأهمية المدن الإعلامية العربية الحرة ) .**

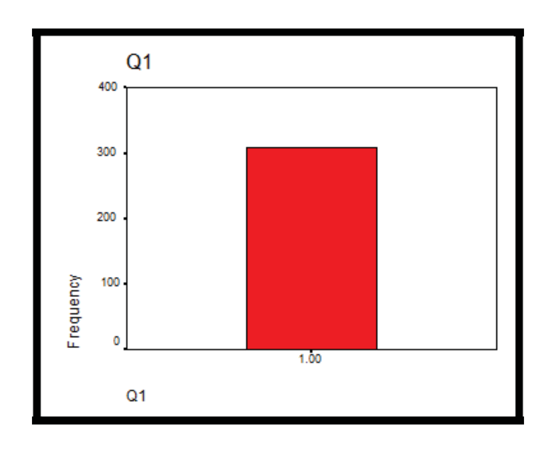
| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 310 | %100 |
| لا | صفر | صفر |
| المجموع | 310 | %100 |

جدول رقم (6)

عن معرفة المدن الإعلامية العربية الحرة

يلاحظ من الجدول رقم (6) أن كل الفئات المبحوثة تعرف المدن الإعلامية العربية الحرة ، بنسبة بلغت 100% ، مما حتم دراسة كل صحف الاستقصاء ، لأن الباحث

وضعاً شرطاً باستبعاد الاستبانات التي لا يعرف أصحابها شيئاً عن المدن الإعلامية العربية الحرة .




الشكل رقم ( 6 )

يوضح الفئات التي تعرف المدن الحرة

ويرمز الرقم (1 ) لفئة ( نعم ) ، والرقم (2 ) لفئة ( لا ) ( لا تمثيل لها هنا )

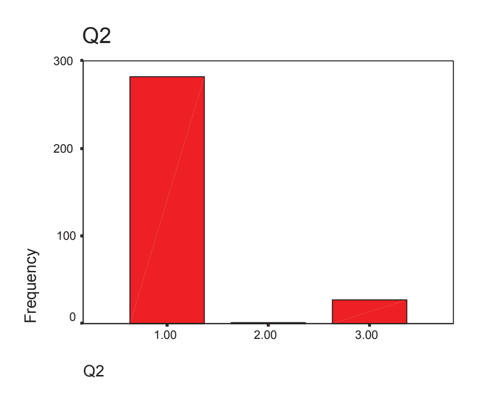
| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 282 | 0، 91% |
| لا | 1 | 0، 3% |
| لا أدري | 27 | 7، 8% |
| المجموع | 310 | 100% |

جدول رقم (7)

عن الحاجة للمدن الإعلامية العربية الحرة

يوضح الجدول رقم (7) أن الفئات التي أكدت الحاجة للمدن الإعلامية العربية الحرة ، وأجابت ب(نعم ) نالت المرتبة الأولي بنسبة بلغت 91، 0% ، بينما أتت الفئة

التي أجابت ب(لا أدري) في المرتبة الثانية  بنسبة بلغـت 8، 7% ،  حيـث يلاحـظ الفـارق الكبـير بينهـا وبين الفئة الأولي ،  و  في المرتبة الأخيرة الفئة التي أجابت ب(لا)  بنسبة بلغـت 0، 3% وهـذه تـرى أن لا حاجة للمدن  الإعلامية العربية الحرة.




الشكل رقم ( 7 ) يوضح الفئات التي تقول بالحاجة للمدن الإعلامية الحرة

ويرمز الرقم (1) إلى فئة ( نعم ) ،  والرقم (2 ) لفئة ( لا ) ،  والرقم ( 3 ) لفئة ( لا أدري ).

## أ- تحديد الأهداف وترتيبها:

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الهدف / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 1- جذب الاستثمارات الإعلامية | 172 | %55 ،5 | 99 | %31 ،9 | 31 | %10 ،0 | 8 | 2 ،6 | 0 | 0 | %100 |
| 2- أداة للترويج الاقتصادي | 147 | %47 ،4 | 106 | %34 ،2 | 41 | %13 ،2 | 15 | %4 ،8 | 1 | %0 ،3 | %100 |
| 3- تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية | 125 | %40 ،3 | 109 | %35 ،2 | 43 | %13 ،9 | 25 | %8 ،1 | 8 | %2 ،6 | %100 |
| 4- تقديم إنتاج إعلامي علبي منافس للإنتاج العالمي | 139 | %44 ،8 | 86 | %27 ،7 | 60 | %19 ،4 | 24 | 7 ،7 | 1 | 0 ،3 | %100 |
| 5- تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها . | 55 | %17 ،7 | 73 | %23 ،5 | 82 | %26 ،5 | 79 | %25 ،5 | 21 | %6 ،8 | %100 |

جدول رقم (8)

في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة

يلاحـظ مـن الجـدول رقـم (8) أن 55، 5% مـن مجتمـع الدراسـة (موافـق جـداً )، و31، 9% (موافـق) لهـدف جـذب الاسـتثمارات الإعلاميـة ، مقابـل 2، 6%( غـير موافـق) ولم يـسجل أحـد أنـه (غيرموافق جداً ) ، فيما أجاب 10، 0% (بعدم الدراية ).

أما بالنسبة لهدف( أداة للترويج الاقتصادي)، يري 47، 4% من مجتمع الدراسة (موافـق جـداً ) و 34، 2% ( موافق ) ، مقابل 0، 3% (غير موافق جداً( ، و4، 8% ( غـير موافـق ) ، فـيما أجـاب 13، 2% (لاأدري) .

و يري 40، 3% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 35، 2% ( موافق ) ، لتصحيح أخطـاء الممارسة الإعلامية ، مقابل 2، 6% ( (غير موافق جداً )، و 8، 1% ( غير موافق ) ، و 13، 9% قال (لاأدري ) .

و أجاب 44، 8% ( موافق جداً ) ، و27، 7% ( موافق ) لتقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتـاج العالمي، مقابل 0، 3% ( غير موافق جداً ) ، و 7، 7% ( غير موافق )، بينما أجاب 19، 4% (لا أدري).

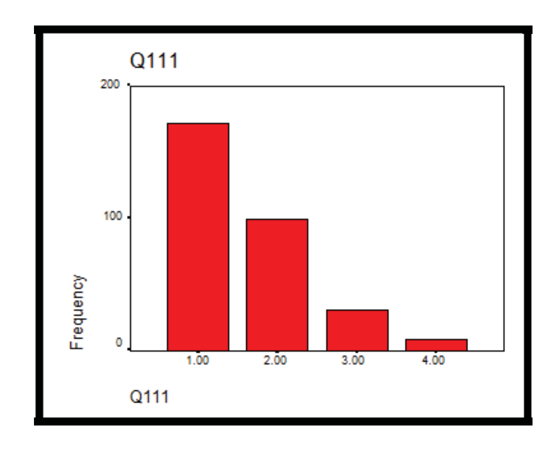
وقال 17، 7% من مجتمع الدراسة (موافق جداً ) و23، 5% ( موافق ) لهـدف تـشتيت الـضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها، مقابل 6، 8% ( غير موافق جداً ) ، و 25، 5% ( غير موافق ) بيـنما أخـذ 26، 5% موقف ( لا أدري).

| الهدف | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية | 1,5968 | 0,77292 | الأول |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي | 1,7645 | 0,88096 | الثاني |
| 3- تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي | 1,9097 | 0,98774 | الثالث |
| 4- تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية | 1,9742 | 1,04864 | الرابع |
| 5- تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها | 2,8000 | 1,19816 | الخامس |

الجدول (9)

حول ترتيب أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة

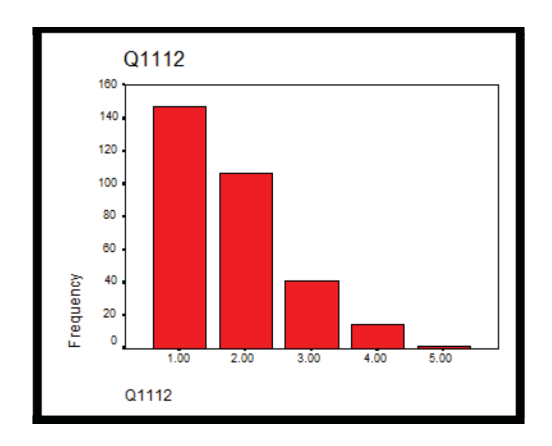
ويلاحظ من الجدول (9 ) وعلى ضوء قراءة متوسط الفئات مع انحرافها المعياري، أن هدف جذب الاستثمارات الإعلامية نال المرتبة الأولي ، يليه هدف ( أداة للترويج الاقتصادي ) ، ثم هدف (تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي ، وفي المرتبة الرابعة هدف (تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية ) ، وأخيراً هدف ( تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها ، و إن كان يوجد انحراف مقدر داخل مقاييس مجموعة (تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية العربية) ، و مقاييس مجموعة ( تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها ) ، مما يعكس التشتت و المباعدة. انظر الأشكال أدناهـ(8-أ، ب ، ج ، د، هـ )




الشكل رقم (8- أ)

يوضح هدف جذب الاستثمارات الإعلامية

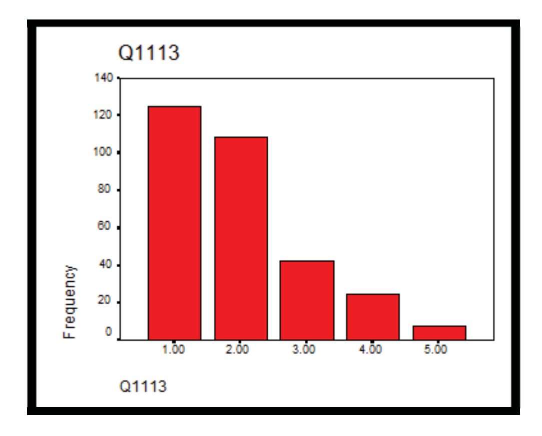
يشير الرقم (1)إلي ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق ) ، والرقم (3) ( لا أدري ) ، والرقم ( 4 ) ( موافق جداً ) .




الشكل رقم ( 8- ب )

يوضح هدف ( أداة الترويج الاقتصادي)

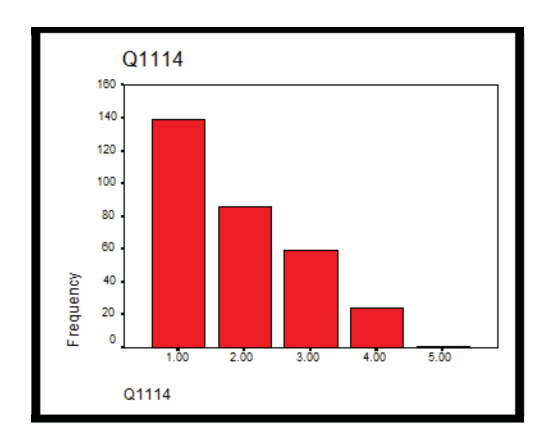
يشير الرقم (1 )إلي ( موافق جداً ) ، والرقم (2 ) ( موافق ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري ) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم ( 5 ) ( غير موافق جداً ) .




الشكل رقم (8- ج )

يوضح هدف ( تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية)

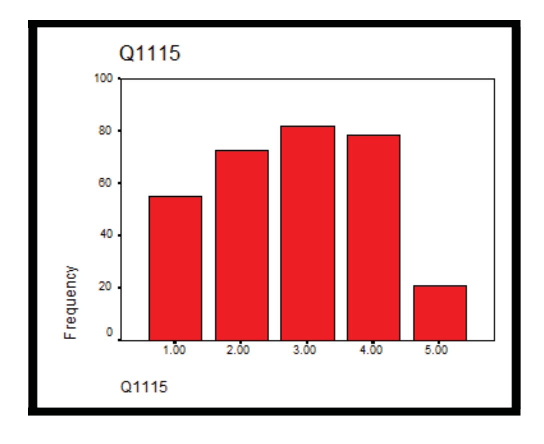
يشير الرقم (1)إلي (موافق جداً ) ، الرقم (2 ) ( موافق ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري) ، الـرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) ( غير موافق جداً ) .




الشكل رقم (8- د)

يوضح هدف ( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي)

يشير الرقم (1)إلي (موافق جداً ) ، والرقم (2 ) (موافق ) ، والرقم (3) لا أدري)، الرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم( 5 ) ( غير موافق جداً ).




الشكل الرقم ( 8- هـ )

يوضح هدف ( تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها

يشير الرقم (1)إلي (موافق جداً) ، والرقم (2 ) (موافق) ، الرقم (3 ) (لا أدري )، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) ( غير موافق جداً ) .

## ب- تحديد الأنشطة وترتيبها:

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 1- البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار | 162 | %52 ،3 | 108 | %34 ،8 | 28 | %9 ،0 | 12 | % 3 ،9 | 0 | 0 | %100 |
| 2-تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية | 160 | %51 ،6 | 97 | %31 ،1 | 41 | %13 ،2 | 12 | %3 ،9 | 0 | 0 | %100 |
| 3- الإنتاج الفني للمواد الإعلامية | 131 | %42 ،3 | 112 | %36 ،1 | 64 | %20 ،6 | 3 | %1 ،0 | 0 | 0 | %100 |
| 4- إنشاء دور الطباعة | 100 | %32 ،3 | 116 | %37 ،4 | 77 | %24 ،8 | 16 | %5 ،2 | 1 | %0 ،3 | %100 |
| 5- التعليم والتأهيل والتدريب | 129 | %41 ،6 | 124 | %40 ،0 | 44 | %14 ،2 | 13 | %4 ،2 | 0 | 0 | %100 |
| 6- تقديم خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة | 153 | %49 ،4 | 116 | %37 ،4 | 35 | %11 ،3 | 3 | %1 ،0 | 3 | %1 ،0 | %100 |

جدول رقم (10) يوضح أهم أنشطة المدن الإعلامية العربية الحرة

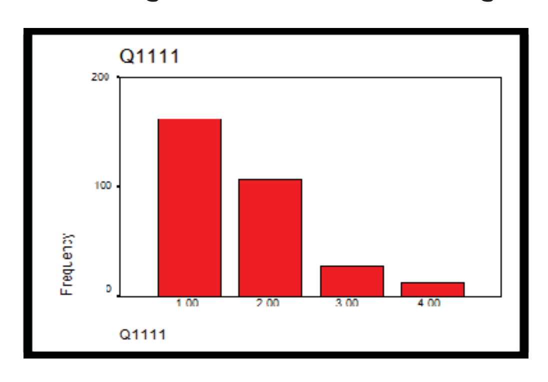
يلاحظ من الجدول رقم (10 ) أعلاه، أن 52، 3% مـن مجتمـع الدراسـة (موافـق جـداً) ، و34، 8% ( موافق ) لنشاط البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار الصناعية ، مقابل 3، 9% (غيرموافق ) ، ولم يسجل أحد ( غير موافـق جـداً ) ، فـيما أجـاب 9، 0% ( بـلا أدري ) . ويـري 51، 6% أنـه ( موافق جداً ) ، و 31، 3% ( موافـق ) لنـشاط تأسـيس القنـوات الإذاعيـة والتلفزيونيـة والمعلوماتيـة ، مقابل3، 9 % ( غير موافق ) ولم يسجل أحد ( غير موافق جداً )، وأجاب 13، 2% (لا أدري ) . ويـري 42، 3% ( موافق جداً ) ، و36، 1% ( موافق ) للإنتاج الفني للمواد الإعلاميـة ، مقابـل 1، 0% (غـير موافق ) ولم يسجل أحد ( غير موافق جداً )، وأجاب 20، 6% ( لا أدري )يري 32، 3% ( موافق جـداً ) ، و 37، 4% ( موافق ) لإنشاء دور الطباعة ، مقابل 0، 3% ( غير موافق جداً ) و 5، 2% ( غير موافق ) ، و أجـاب 24، 8% ( بـلا أدري ) . يـري 41، 6% ( موافـق جـداً ) ، و 40، 0% (موافـق ) للتعلـيم والتدريب والتأهيل ، مقابل 4، 2% ( غير موافق ) ولم يسجل أحد ( غير موافق جداً )، وأجـاب 6، 1% ( لا أدري ) كما قال 49، 4% (موافق جداً ) ، و37، 4% ( موافق ) لنشاط خـدمات الإعـلان والدعايـة والعلاقات العامة، مقابل 1، 0% (غـير موافـق جـداً ) ، و1، 0% (غـير موافـق) وأجـاب 11، 3% ( لا أدري ).

| الترتيب | الانحراف | المتوسط | الهدف |
|---|---|---|---|
| الأول | 0,80244 | 1,6452 | 1-البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار |
| الثاني | 0,78986 | 1,6677 | 2- تقديم خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة |
| الثالث | 0,84357 | 1,6935 | 3- تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية |
| الرابع | 0,79439 | 1,8032 | 4 – الإنتاج الفني للمواد الإعلامية |
| الخامس | 0,83175 | 1,8097 | 5-التعليم والتدريب والتأهيل |
| السادس | 0,89864 | 2,0387 | 6- -إنشاء دور الطباعة |

الجدول (11)

حول ترتيب أنشطة المدن الإعلامية العربية الحرة

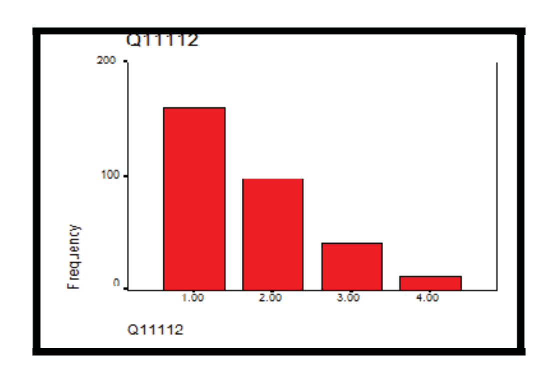
يلاحظ من الجدول رقم (11) أن البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي غبر الأقمار تال المرتبة الأولي ، وفي المرتبة الثانية كان نشاط خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة ، وفي المرتبة الثالثة ، تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية ، وفي المرتبة الرابعة الإنتاج الفني للمواد الإعلامية ، وفي المرتبة الخامسة التعليم والتدريب والتأهيل ، وأخيراً نشاط إنشاء دور الطباعة . ولم يبلغ الانحراف بين الفئات داخل المجموعة الواحد الصحيح ، انظر الأشكال أدناهـ(9- أ، ب، ج، د، هـ، و)




الشكل رقم (9- أ)

البث التلفزيوني و الإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار

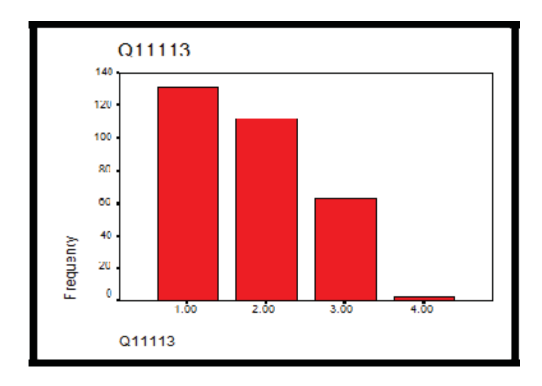
يشير (1) إلى ( موافق جداً ) ، (2) ( موافق ) ، (3) ( لا أدري) ، والرقم (4) غير موافق .




الشكل رقم (9- ب)

يوضح تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية

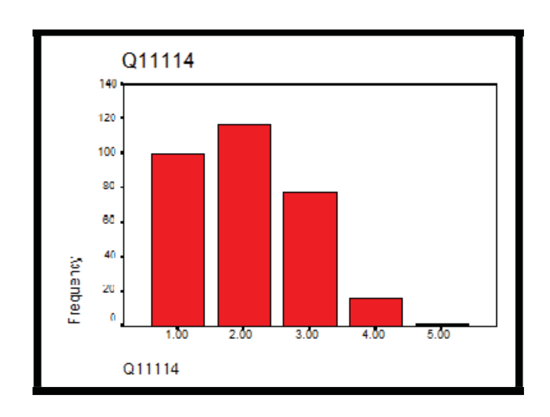
يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق ) ، الرقم (3) إلى (لا أدري ) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5) (غير موافق جداً ).




الشكل رقم (9- ج)

يوضح نشاط ( الإنتاج الفني للمواد الإعلامية )

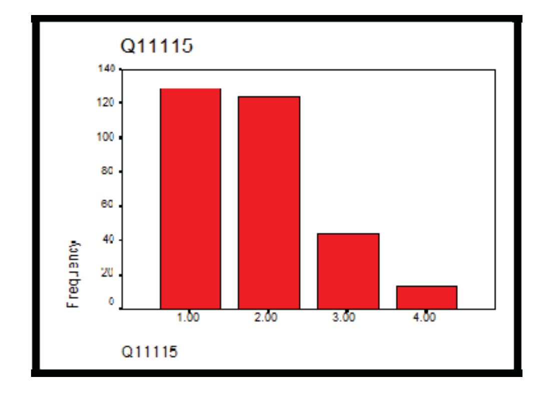
يشير الرقم (1) إلي( موافق جداً )، والرقم (2) ( موافق ) ، والـرقم ( لا أدري ) ، والـرقم (4) ( غير موافق ) ، والرقم (5) ( غير موافق جداً)




الشكل الرقم (9- د)

يوضح نشاط ( إنشاء دور الطباعة )

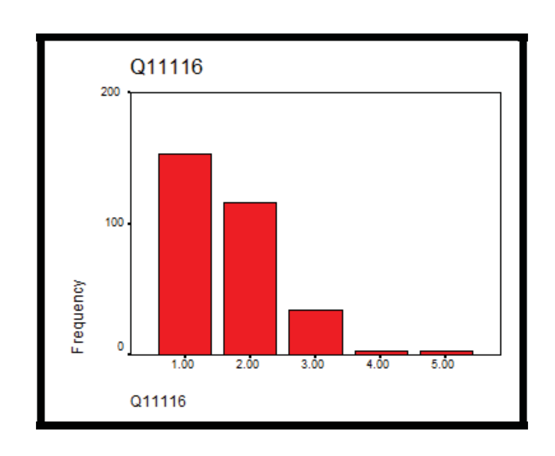
يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق ) ، الرقم (3 ) ( لا أدري) ، الـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً)




الشكل رقم (9- هـ)

يوضح نشاط ( التعليم والتدريب والتأهيل)

ويشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) والـرقم (3 ) ( لا أدري) والـرقم (4 ) ( غير موافق ) ، الرقم (5) إلى ( غير موافق جداً )




( الشكل رقم (9- و)

يوضح نشاط (خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة)

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً) ، الرقم (2 ) موافق ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري)، الرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم ( 5 ) ( غير موافق جداً ) .

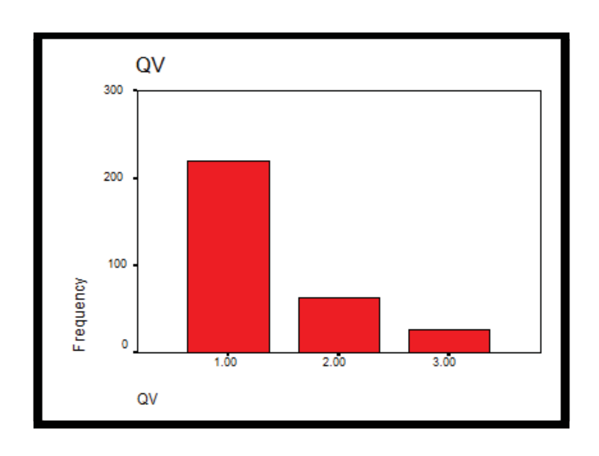
### ج- الحرية بالمدن الحرة وترتيبها

جدول رقم (12 )

الحرية لوسائل الإعلام بالمدن الحرة

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 220 | 0، 71% |
| لا | 63 | 3، 20% |
| لا أدري | 27 | 7، 8% |
| المجموع | 310 | 100% |

يوضح الجدول رقم (12 ) حول قدرة المدن الإعلامية العربية الحرة توفير الحرية لوسائل الإعلام العاملة بها، أن 71، 0% من مجتمع الدراسة قالوا ( نعم) ، مقابل 20، 3% قالوا(لا ) ، فيما أجاب 8، 7 % بعدم المعرفة ( لا أدري).




الشكل رقم (10)

قدرة المدن الحرة في توفير الحرية

يشير الرقم (1) إلى ( نعم) ، والرقم (2 ) ( لا) ، والرقم (3) ( لا أدري).

جدول رقم (13)

يوضح نوع الحر ية التي توفرها المدن الإعلامية العربية لوسائل الإعلام

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 1- حرية مسؤولة | 74 | 9، 23% | 146 | 1، 47% | 27 | 7، 8% | 5 | 6، 1% | 58 | 7، 18% | 100% |
| 2- حرية مقيدة بضوابط | 160 | 6، 51% | 60 | 19.4% | 27 | 7، 8% | 60 | 4، 19% | 3 | 3، 1% | 100% |

يلاحظ من الجدول رقم (13) أعلاه ، أن 23، 9% من مجتمع الدراسة (موافق جداً ) ، و47، 1% (موافق ) على أن توفر المدن الإعلامية العربية الحرة حرية مسؤولة لوسائل الإعلام ، مقابل 18، 7% (غير موافق جداً ) ، و 1، 6% ( غير موافق ) ، وفضل 8، 7% قول ( لا أدري ). ويري51، 6% ( موافق جداً ) و 19، 4% ( موافق ) على أنها توفر حرية مقيدة بضوابط ، مقابل ، 1، 3% (غير موافق جداً ) ، و 19، 4% ( غير موافق) ، فيما فضل 8، 7% قول ( لا أدري).

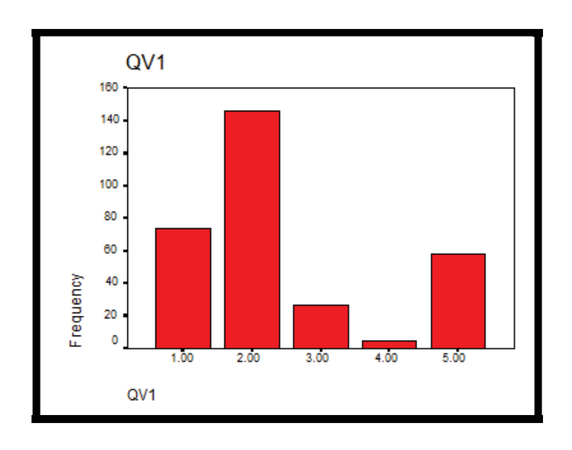
| نوع الحرية | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- حرية مقيدة بضوابط | 1.9871 | 1,21206 | الأول |
| 2- حرية مسؤولة | 2,4419 | 1,37294 | الثاني |

الجدول (14)

حول ترتيب نوع الحرية التي توفرها المدن الحرة

يلاحظ من الجدول رقم (14 ) أن الحرية المقيدة بالضوابط نالت المرتبة الأولي ، وأخيراً (الحرية المسؤولة ) ، ويلاحظ وجود انحراف مقدر بين المقاييس داخل المجموعتين.

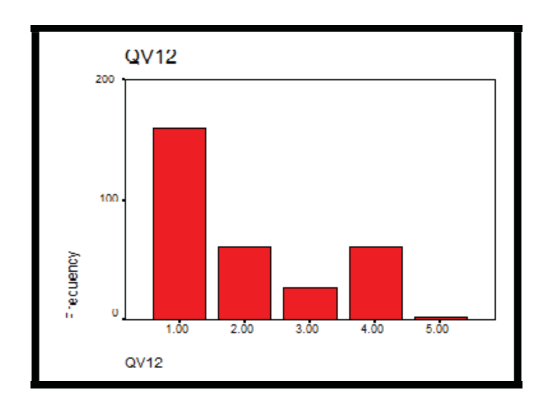
انظر الشكلين (11- أ ، ب).




الشكل رقم (11- أ )

يوضح ( الحرية المسؤولة)

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق ) ، والرقم (3) ( لا أدري) ، الرقم (4) ( غير موافق) ، الرقم ( 5 ) ( غير موافق جداً ).




الشكل رقم (11- ب )

يوضح ( الحرية المقيدة بالضوابط)

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، الرقم (2) ( موافق ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) ( غير موافق جداً ).

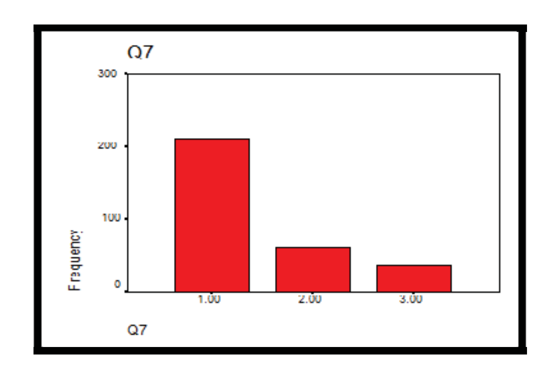
### د- أسباب قبول تجربة المدن الحرة وترتيبها

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 212 | 68، 4% |
| لا | 62 | 20، 0% |
| لا أدري | 36 | 11، 6% |
| المجموع | 310 | 100% |

جدول رقم ( 15 )

قدرة الوضع بالسماح لتجربة المدن الحرة

يوضح الجدول رقم (15) أن 68، 4% من مجتمع الدراسة أجاب ( نعم ) على قدرة الوضع العربي بالسماح لتجربة المدن الإعلامية الحرة ، فيما أجاب 20، 0% (لا ) ، واختار 11، 6% الإجابة ( لا أدري ).




الشكل الرقم (12)

يوضح قدرة الوضع العربي للسماح لتجربة المدن الحرة

يشير الرقم (1) إلى ( نعم )، والرقم (2 ) إلى ( لا ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري ).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- طرح برامج إصلاحية سياسية واقتصادية | 81 | %26.1 | 131 | %42.3 | 36 | %11.6 | 45 | %14.5 | 17 | %5.5 | %100 |
| 2- المناخ الدولي يشجع على الحرية | 100 | %32.3 | 112 | %36.1 | 36 | %11.6 | 46 | %14.8 | 16 | %5.2 | %100 |

**جدول رقم (16)**

**عن أسباب قبول الوضع العربي لتجربة المدن الإعلامية الحرة**

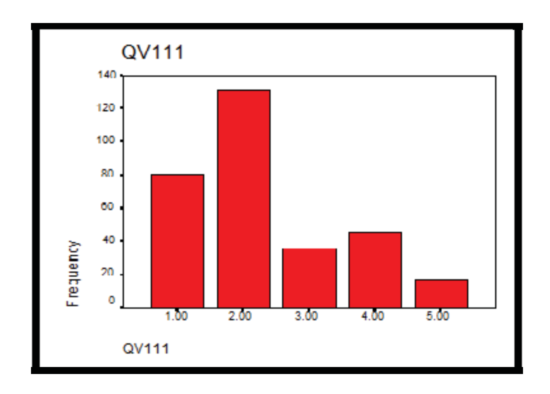
يلاحظ من الجدول رقم ( 16 ) أن 26.1 % من مجتمع الدراسة (موافق جداً) ، و42، 3% (موافق ) ، على طرح برامج إصلاحية سياسية واقتصادية عربية ، مقابل 5، 5%( غير موافق جداً ) و14، 5% ( غير موافق ) ، وفضل 11، 6% قول ( لا أدري ) ، كما أجاب 32، 3% ( موافق جداً ) ، و36، 1 % (موافق ) ، على أن المناخ الدولي يشجع على الحرية، مقابل 5، 2% ( غير موافق جداً ) ، و 14، 8% (غير موافق ) ، فيما فضل 11، 6% قول ( لا أدري).

| السبب | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- المناخ الدولي يشجع على الحرية | 2,2452 | 1,20055 | الأول |
| 2- طرح برامج لإصلاحية سياسية واقتصادية عربية | 2,3097 | 1,16623 | الثاني |

**الجدول (17)**

**حول ترتيب أسباب قبول الوضع العربي لتجربة المدن الحرة**

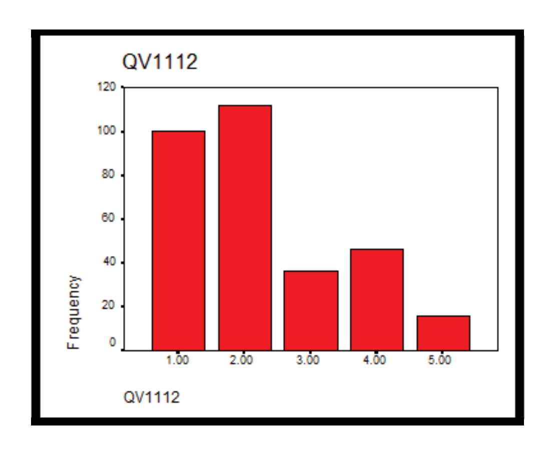
يلاحظ من الجدول رقم (17 ) أن سبب ( المناخ الدولي يشجع على الحرية) نال المرتبة الأولي رغم وجود انحراف معياري مقدر بين مقاسات المجموعة ، ونالت البرامج الإصلاحية المرتبة الأخيرة ، ومع وجود انحراف مقدر داخل مقاييس المجموعة ، ولكنه أقل من انحراف السبب الأول. انظر الأشكال (13- أ ، ب)




**الشكل رقم (13- أ)**

**يوضح ( طرح برامج إصلاحية سياسية واقتصادية عربية)**

يشير الرقم (1 ) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2 ) ( موافق ) ، والرقم ( 3 ) ( لا أدري) ، والرقم ( 4 ) ( غير موافق ) ، والرقم ( 5 ) ( غير موافق جداً ).




الشكل رقم (13-  ب )

يوضح ( المناخ الدولي يشجع على الحرية)

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً) ، والـرقم (2 ) ( موافـق) والـرقم (3) إلى ( لا أدري ) والـرقم (4) إلى ( غير موافق ) ، الرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ) .

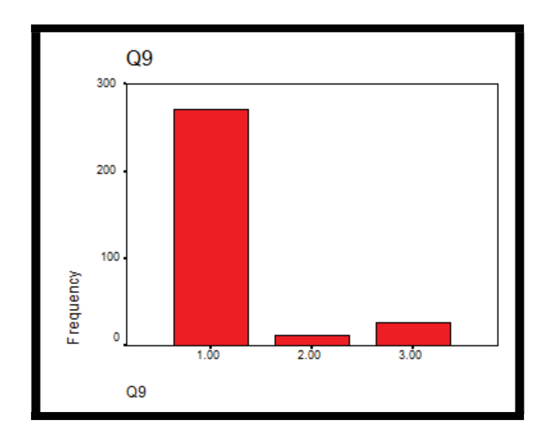
## هـ-أهمية المدن الحرة وفوائدها للمجتمعات العربية

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 272 | %87 ،7 |
| لا | 11 | %3.5 |
| لا أدري | 27 | %8 ،7 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم ( 18 )**

**أهمية المدن الحرة للمجتمعات العربية**

يوضح الجدول رقم (18)، أن، 87، 7% مـن مجتمـع الدراسـة ، أكـدوا أهميـة المـدن الإعلاميـة العربية الحرة ، بقول ( نعم) ، بينما قال 3، 5% ( لا ) ، وفضل 8، 7 % قول (لا أدري ).




**الشكل رقم ( 14) يوضح**

**( أهمية المدن الحرة للمجتمعات العربية )**

يشير الرقم (1) إلى ( نعم ) ، والرقم (2 ) ( لا ) ، والرقم (3 ) إلى ( لا أدري ).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- توفير المزيد من الشفافية | 118 | %38 ،1 | 143 | %46 ،1 | 36 | %11 ،6 | 11 | %3 ،5 | 2 | %0 ،6 | %100 |
| 2- تعضيد دور المجتمع المدني | 100 | %32 ،3 | 137 | %44 ،2 | 57 | %18 ،4 | 14 | %4 ،5 | 2 | %0 ،6 | %100 |
| 3- تحقيق هوية سياسية وثقافية جمعية | 76 | %24 ،5 | 131 | %42 ،3 | 76 | %24 ،5 | 24 | %7 ،7 | 3 | %1 ،0 | %100 |
| 4- تشجيع المزيد من التدفق الإعلامي العربي – العربي | 135 | %43 ،5 | 107 | %34 ،5 | 51 | %16 ،5 | 15 | %4 ،8 | 2 | %0 ،6 | %100 |

جدول رقم ( 19)

عن فوائد المدن الإعلامية الحرة للمجتمعات العربية

يلاحظ من الجدول رقم (19) أن 38، 1% ( موافق جداً ) ، و46، 1% ( موافق ) لفائدة تـوفير المزيد من الشفافية ، مقابل 0، 6% (غير موافق جداً ) ، و3، 5% (غير موافـق) ، وأجـاب 11، 6% ب (لا أدري ) ، كما قال 32، 3% ( موافق جداً ) ، و44، 2% (موافق ) لتعضيد المدن الحرة لدور المجتمع المدني ، مقابل 0، 6% (غير موافق جداً )، و4، 5% ( غير موافق ) ، وقال 18، 4% ( لا أدري).

وأجاب 24، 5% ( موافق جـداً ) ، و 42، 3% ( موافـق ) لتحقيـق الهويـة الـسياسية والثقافيـة الجمعية مقابل1، 0% ( غير موافق جداً ) ، و7، 7، % (غير موافق ) ، وقال 24، 5% ( لا أدري).

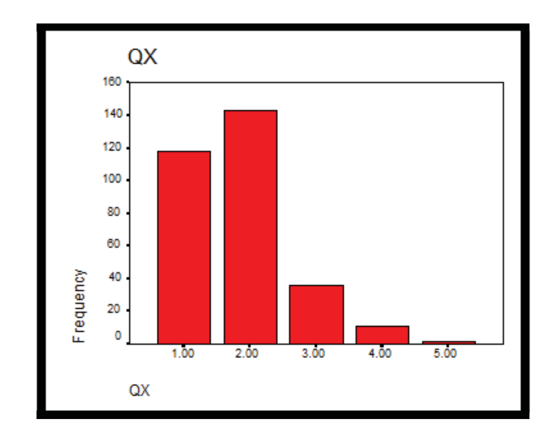
يري 43، 5% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 34، 5% ( موافـق ) لتـشجيع المزيـد مـن التدفق الإعلامي العربي – العربي ، مقابل 0، 6% ( غير موافق جداً ) ، و4، 8% ( غير موافق ) ، و قال 16، 5% (لا أدري ) .

| الترتيب | الانحراف | المتوسط | الفائدة |
|---|---|---|---|
| الأول | 0,75082 | 1,7742 | 1-توفير المزيد من الشفافية |
| الثاني | 0,92523 | 1,8452 | 2- تشجيع المزيد من التدفق الإعلامي العربي – العربي |
| الثالث | 0,86413 | 1,9710 | 3- تعضيد دور المجتمع المدني |
| الرابع | 0,92523 | 2,1839 | 4-تحقيق هوية سياسية وثقافية جمعية |

**الجدول (20)**

**حول ترتيب فوائد المدن الحرة للمجتمعات العربية**

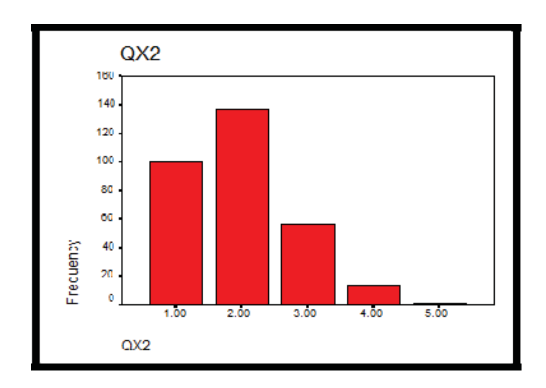
يلاحظ من الجدول رقم ( 20 ) أن فائدة ( تـوفير المزيـد مـن الـشفافية ) نالـت المرتبـة الأولي ، وتليها (تشجيع المزيد من التدفق الإعلامي العربي – العربي ) في المرتبـة الثانيـة، ثـم في المرتبـة الثالثـة (تعضيد دور المجتمع المدني) ، وأخيراً ( تحقيق هوية سياسـية وثقافيـة جمعيـة ) ، ويوجـد انحـراف بين المقاييس داخل المجموعات ، ولكن لم تبلغ الواحد الصحيح ، انظر الأشكال (15-أ، ب ، ج ، د )




الشكل رقم ( 15-أ)

يوضح فائدة ( توفير المزيد من الشفافية)

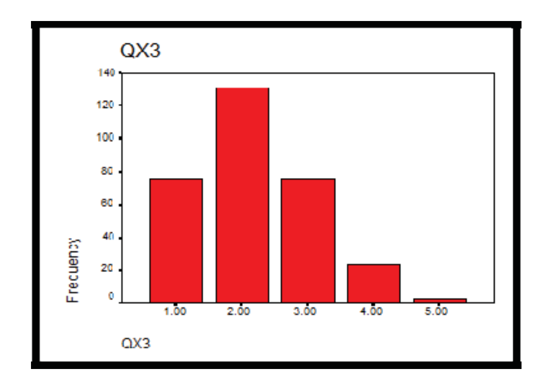
يشير الرقم (1 ) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2 ) ( موافق ) ، الرقم (3 ) ( لا أدري ) ، والـرقم ( 4 ) ( غير موافق ).




الشكل رقم (15- ب )

يوضح فائدة ( تعضيد دور المجتمع المدني)

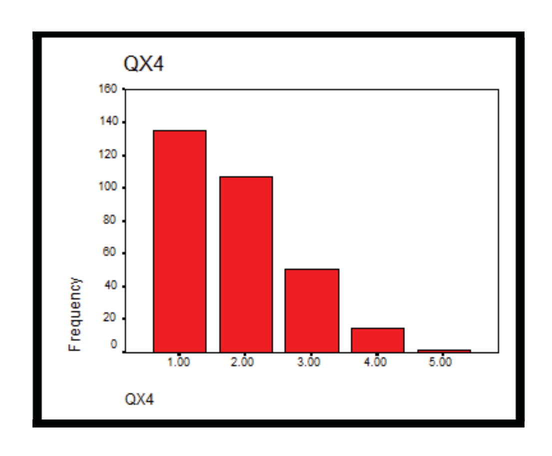
يـشير الـرقم (1 ) إلى ( موافـق جـداً ) ، والـرقم ( 2) ( موافـق ) ، والـرقم (3 ) ( لا أدري ) ، والرقم ( 4) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ) .




الشكل رقم ( 15- ج )

يوضح فائدة ( تحقيق هوية سياسية وثقافية جمعية)

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق) ، والرقم (3 ) ( لا أدري ) ، والـرقم ( 4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ).




الشكل رقم (15- د)

يوضح فائدة (تحقيق المزيد من التدفق الإعلامي العربي – العربي )

يشير الرقم (1) إلى ( موافق جداً ) ، والرقم (2) ( موافق ) ، والرقم (3 ) ( لا أدري ) والرقم (4 ) غير موافق ) والرقم (5 ) ( غير موافق جداً )

### 3-تفسير بيانات المحور الثاني ( التسهيلات بالمدن الحرة لجذب الاستثمارات)

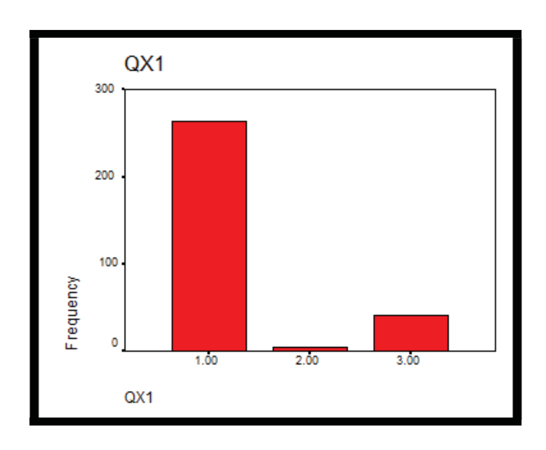
### أ-التسهيلات بالمدن الحرة وترتيبها

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 211 | 1، 68% |
| لا | 67 | 6، 21% |
| لا أدري | 32 | 3، 10% |
| المجموع | 310 | 100% |

**جدول رقم ( 21)**

**المدن الحرة وجذب الاستثمارات الإعلامية الأجنبية**

يوضح الجدول رقم ( 21) أن 68، 1% أكدوا دور المدن الإعلامية العربية الحرة في جذب وسـائل الإعلام الأجنبية ، بقولهم ( نعم ) فيما قال 21، 6 % ( لا ) ، وقال 10، 3% ( لا أدري ) .




الشكل رقم (16)

يوضح قدرة المدن الحرة على جذب وسائل الإعلام الأجنبية

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئـة التـي قالـت ( نعـم ) والـرقم ( 2 ) لفئـة ( لا ) والـرقم (3) لفئـة ( لا أدري)

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- بنيـــة تحتيـــة تقنيـــة متينة | 111 | %35 ،8 | 100 | %32 ،3 | 32 | %10 ،3 | 40 | %12 ،9 | 27 | %8 ،7 | %100 |
| 2- مجتمـــع متكامـــل للإعلام | 94 | %30 ،3 | 117 | %37 ،7 | 32 | %10 ،3 | 38 | %12 ،3 | 29 | %9 ،4 | %100 |
| 3- كلفة تشغيل منافسة | 107 | %34 ،5 | 104 | %33 ،5 | 32 | %10 ،3 | 40 | %12 ،9 | 27 | %8 ،7 | %100 |
| 4 خدمات لوجستية | 91 | %29 ،4 | 120 | %38 ،7 | 32 | %10 ،3 | 40 | %8 ،7 | 27 | %8 ،7 | %100 |

**جدول رقم (22)**

**عن التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية الحرة للإعلام الأجنبي**

يتضح من الجدول رقم (22) أعلاه ، أن 35، 8% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً) ، و 32، 3% (موافق ) على أن المدن الإعلامية توفر بنية تحتية متينة لوسائل الإعلام الأجنبية ، مقابل 8، 7% (غير موافق جداً ) ، و 12، 9% ( غير موافق ) ، قال 10، 3% ( لا أدري ) .

قال 30، 3% (موافق جداً ) ، و37، 7% ( موافق ) إن المدن على توفير مجتمع متكامل للإعلام بالمدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية ، مقابل 12، 3% ( غير موافق جداً ) ، و 9، 4% ( غير موافق ) وأجاب10، 3% (لا أدري ) .

وحول تحقيق كلفة تشغيل منافسة ، قال 34، 5% ( موافق جداً ) ، و 33، 5% (موافق ) ، فيما ذكر 12، 9% ( غير موافق جداً ) ، و 8، 7% ( غير موافق ) ، واكتفي 10، 3% بقول ( لا أدري ).

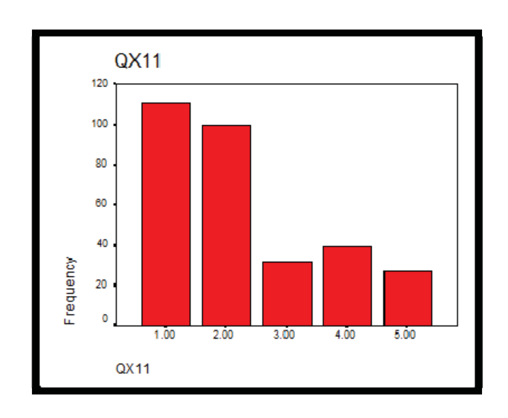
وذكر 29، 4% ( موافق جداً ) ، و 38، 7% ( موافق ) ، على أن المدن الحرة تتمتع بخدمات لوجستية ، مقابل 8، 7 % ( غير موافق جداً ) ، و 12، 9% ( غير موافق ) وأجاب 10، 3% (لا أدري)

| الفائدة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- بنية تحتية تقنية متينة | 2,2645 | 1,30261 | الأول |
| 2- كلفة تشغيل منافسة | 2,2774 | 1، 279493 | الثاني |
| 3- مجتمع متكامل للإعلام | 2,3258 | 1,279493 | الثالث |
| 4- خدمات لوجستية | 2,3290 | 1,26240 | الرابع |

**الجدول (23)**

**حول ترتيب التسهيلات للإعلام الأجنبي**

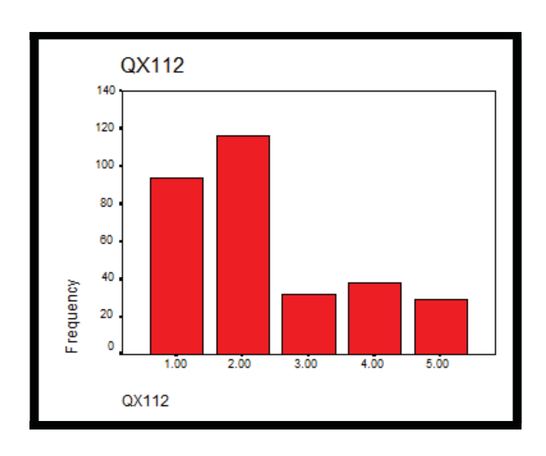
يلاحظ من الجدول رقم ( 23 ) أن ( البنية التحتية التقنية المتينة ) نالت المرتبة الأولي، تليها في المرتبة الثانية ( كلفة تشغيل منافسة ) ، وفي المرتبة الثالثة ( مجتمع متكامل للإعلام) ، في المرتبة الرابعة ( خدمات لوجستية ) ، وتوجد انحرافات بين المقاييس داخل المجموعات ، ولكن لم تبلغ الواحد الصحيح ، انظر الأشكال (17-أ، ب، ج ، د) .




**الشكل رقم (17- أ)**

**يوضح ( البنية التحتية التقنية المتينة )**

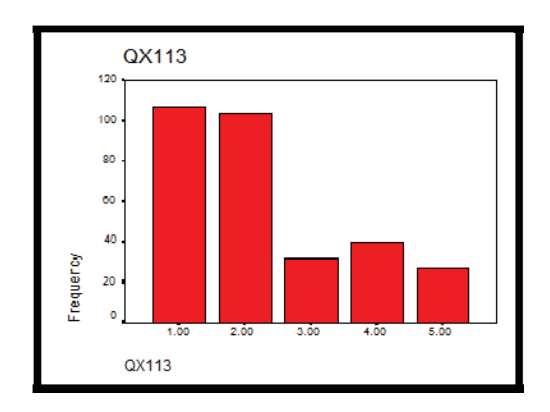
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ).



**الشكل رقم (17- ب)**

**يوضح ( مجتمع متكامل من الإعلام)**

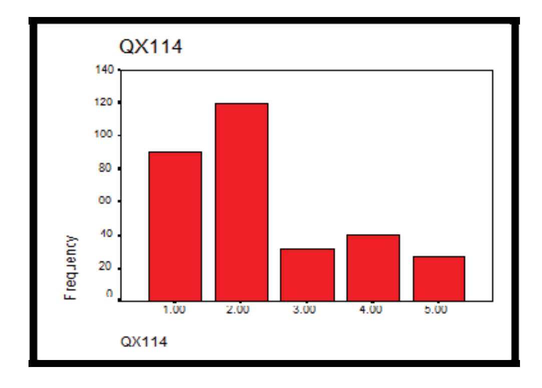
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (17- ج)**

**يوضح ( كلفة تشغيل منافسة)**

يشير الرقم (1) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) (موافق) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري)، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ) .




**الشكل رقم (17- د)**

**يوضح ( الخدمات اللوجستية الجيدة)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).

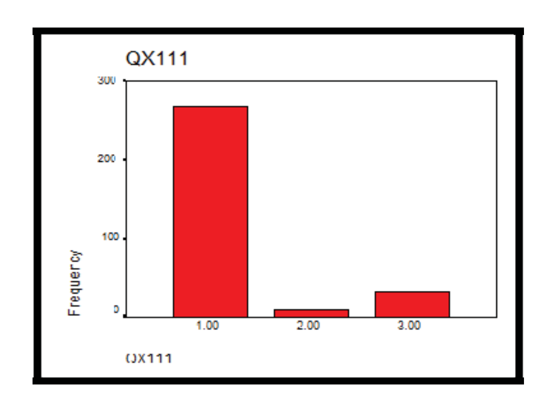
**ب- فوائد المدن الحرة للإعلام المحلي وترتيبها**

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 268 | %86 ،5 |
| لا | 9 | %2 ،9 |
| لا أدري | 33 | %10 ،6 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم (24)**

**عن أهمية المدن الحرة للإعلام العربي المحلي**

يلاحظ من الجدول رقم (24) أعلاه ، أن 86، 5% أجابوا ( بنعم ) بشأن أهمية المدن الإعلاميـة العربية الحرة للإعلام العربي المحلي، فيما أجاب 2، 9% (بلا ) ، واختار 10، 6% قول (لا أدري).




**الشكل رقم (18)**

**يوضح أهمية المدن الإعلامية الحرة للإعلام العربي**

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التـي قالـت ( نعـم ) والـرقم ( 2 ) لفئـة ( لا ) والـرقم (3 ) لفئـة ( لا أدري).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | لمجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| التكـــرار / العبارة | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- فـــتح الطريـــق لاستخصاص الإعلام | 133 | %42 ،9 | 121 | %39 ،0 | 47 | %15 ،2 | 9 | %6 ،1 | 0 | 0 | %100 |
| 2- إذكاء روح المنافسة | 135 | %43 ،5 | 124 | %40 ،0 | 42 | %13 ،5 | 9 | %2 ،9 | 0 | 0 | %100 |
| 3- فـتح سـوق إعلانيـة وإعلامية جديدة | 129 | %41 ،6 | 139 | %44 ،8 | 33 | %10 ،6 | 9 | %2 ،9 | 0 | 0 | %100 |
| 4- تحقيق نقلـة نوعيـة للإعـلام العـربي نحـو المهنية | 137 | %44 ،2 | 117 | %37 ،7 | 47 | %15 ،2 | 8 | %4 ،2 | 1 | %0 ،3 | %100 |

**جدول رقم (25 )**

**عن فوائد المدن الحرة للإعلام العربي المحلي**

يتضح من الجدول رقم (25) أعلاه ، أن 42، 9% من مجتمع الدراسة ( موافـق جـداً) و39، 0% (موافق ) على أن المدن الحرة ستؤدي إلى فتح طريق الاستخصاص الإعـلام العـربي، مقابـل6، 1% (غـير موافق ) ، لم يسجل أحد (غير موافق جداً ) ، فيما قال 2، 9% القول ( لا أدري ).

قال43، 5% (موافق جداً ) ، و40، 0% ( موافق ) عـلى أن التجربـة سـتذكي روح المنافـسة بـين وسائل الإعلام المحلية ، مقابل 2، 9% ( غير موافق ) ، ولم يسجل أحد ( غير موافق جداً )، وأجـاب 6، 8% ( لا أدري ) . ويري 41، 6% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 44، 8% ( موافـق ) ، عـلى أن المدن الحرة ستفتح سوق إعلانية وإعلامية جديدة أمام الإعلام العربي المحلي ، مقابل 2، 9% (غـير موافق ) ، ولم يسجل أحد ( غير موافق جداً )، وقال 5، 2% ( لا أدري ) ، كـما قـال 44، 2% (موافـق جداً ) ، و37، 7% (موافق) بان تجربة المدن الحرة ستحقق نقلة نوعية الإعلام العـربي نحـو المهنيـة ، مقابل 0، 3% (غيرموافق جداً ) ، و 2، 8% ( غير موافق ) ، وأجاب 15، 2% (لا أدري).

| الفائدة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- فتح سوق إعلانية وإعلامية | 1,7484 | 0,75978 | الأول |
| 2-إذكاء روح المنافسة | 1,7581 | 0,79410 | الثاني |
| 3- تحقيق نقلة نوعية للإعلام العربي نحو المهنية | 1,7710 | 0,80670 | الثالث |
| 4- فتح الطريق لاستخصاص الإعلام | 1,7806 | 0,80670 | الرابع |

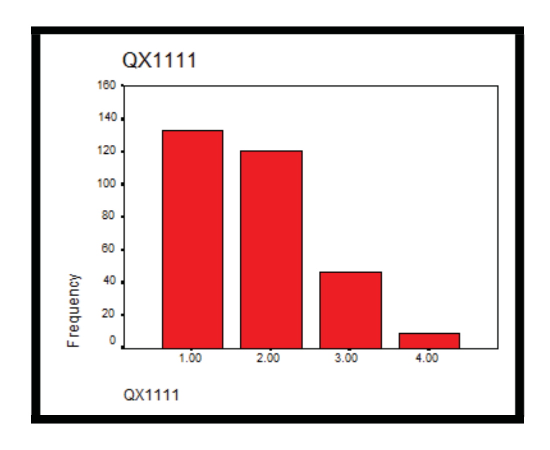
**الجدول( 26)**

**حول ترتيب فوائد المدن الحرة لوسائل الإعلام العربية المحلية**

يلاحظ من الجدول ( 26 ) أن فائدة ( فتح سوق إعلانيـة و إعلاميـة ) نالـت المرتبـة الأولي ، تليها فائدة ( إذكاء روح المنافسة ) في المرتبة الثانيـة ، ثـم فائـدة ( تحقيـق نقلـة نوعية للإعلام العربي نحو المهنية ) في المرتبة الثالثة ، وأخيراً ( فـتح الطريـق لاستخـصاص

للإعلام ) ، والانحراف المعياري بين وحدات القياس ليس كبيراً ، حيـث أنـه لم يبلـغ الواحـد الـصحيح .

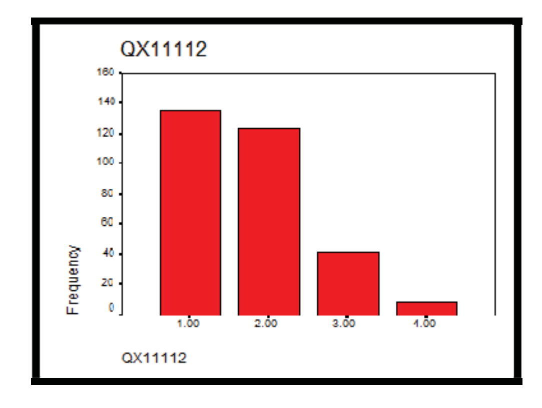
أنظر الأشكال(19-أ، ب ، ج ، د).




**الشكل رقم (19- أ)**

**يوضح ( فتح الطريق لاستخصاص الإعلام)**

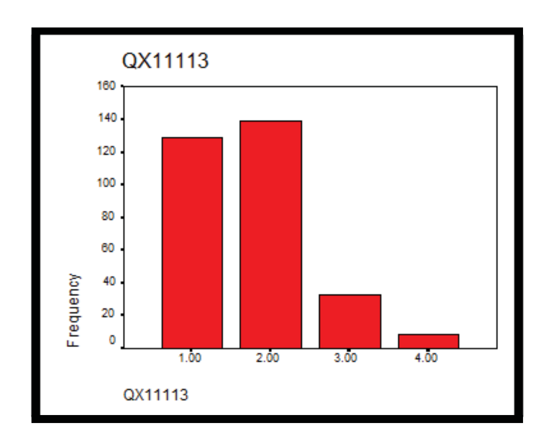
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 )( موافق ) ، و الـرقم (3 )( لا أدري)، والـرقم (4 )( غير موافق ).




**الشكل رقم (19- ب)**

**يوضح (إذكاء روح المنافسة)**

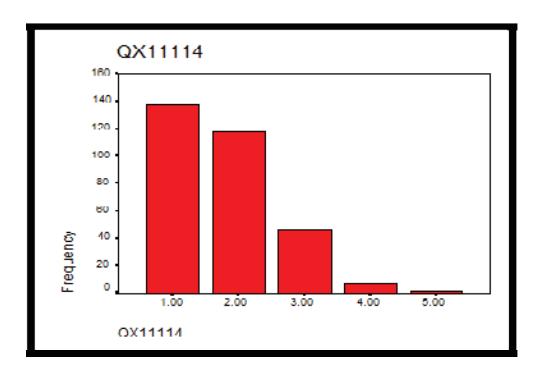
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) .




**الشكل رقم (19- ج)**

**يوضح (فتح سوق إعلانية وإعلامية)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 )( موافق ) ، و الـرقم (3 )( لا أدري)، والـرقم (4 )( غير موافق ).




**الشكل رقم (19- د)**

**يوضح (تحقيق نقلة نوعية للإعلام العربي نحو المهنية)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ).

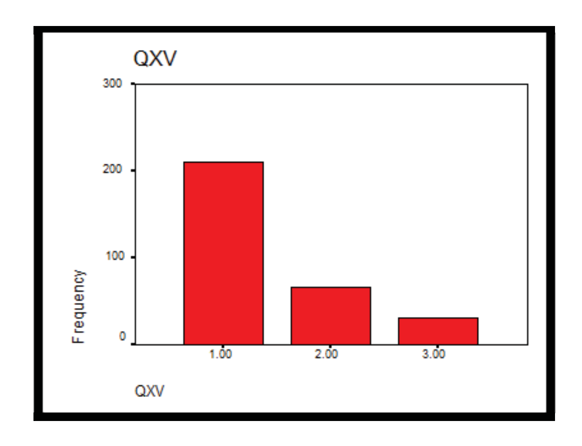
### ج- الإعلام المهاجر والمدن الحرة

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| **نعم** | **211** | **1، 68%** |
| **لا** | **67** | **6، 21%** |
| **لا أدري** | **32** | **3، 10%** |
| **المجموع** | **310** | **100%** |

**جدول رقم (27)**

**عن جذب المدن الحرة للإعلام المهاجر**

ويلاحظ من الجدول رقم ( 27 ) أن 68، 1% قالوا ( نعم ) بان المدن الحرة ستجذب الإعلام العربي المهاجر ، مقابل 21، 6% قالوا إنها (لا ) تجذب الإعلام العربي المهاجر، فيما قال 10، 3% (لا).




**الشكل رقم (20)**

**يوضح قدرة المدن الحرة على جذب الإعلام العربي المهاجر**

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3) لفئة ( لا أدري ).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية | 107 | %34 ،5 | 104 | %33 ،5 | 32 | %10 ،3 | 40 | %12 ،9 | 27 | %8 ،7 | %100 |
| 2- وجود الكادر الصحافي المدرب و المؤهل | 96 | %31 ،0 | 115 | %37 ،1 | 32 | %10 ،3 | 47 | %15 ،2 | 20 | %6 ،5 | %100 |
| 3- مركز لصناعة الإعلان | 101 | %32 ،6 | 110 | %35 ،5 | 32 | %10 ،3 | 45 | %14 ،5 | 22 | %7 ،1 | %100 |

**جدول رقم (28)**

**عن الامتيازات التي تقدمها المدن الحرة للإعلام العربي المهاجر**

يلاحظ من الجدول رقم (28 ) أ علاه ، أن 34، 5% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 33، 4% (موافق) بأن المدن ستوفر تسهيلات وامتيازات استثمارية للإعلام العربي المهاجر ، مقابل 8، 7% (غير موافق جداً) و 12، 9% ( غير موافق ) ، وقال 10، 3% ( لا أدري ).

ويري 31، 0% ( موافق جداً ) ، و37، 1% (موافق ) على وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل ، مقابل 6، 5% ( غير موافق جداً ) ، و 15، 2% (غير موافق) ، وقال 10، 3% لا أدري ).

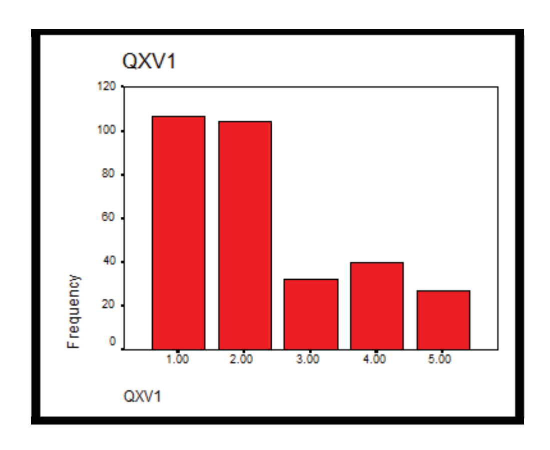
ويري 32، 6% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 35، 5% ( موافق ) ، أن المدن الإعلامية ستكون مركزاً لصناعة الإعلان ، مقابل 7، 1% ( غير موافق جداً ) ، و14، 5% ( غير موافق ) ، وأجاب 10، 3% ( لا أدري ).

| الفائدة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية | 2,2774 | 1,29493 | الأول |
| 2-مركز لصناعة الإعلان | 2,2806 | 1,25487 | الثاني |
| 3- وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل | 2,2903 | 1,23313 | الثالث |

**الجدول (29)**

**حول ترتيب تسهيلات المدن الحرة للإعلام العربي المهاجر**

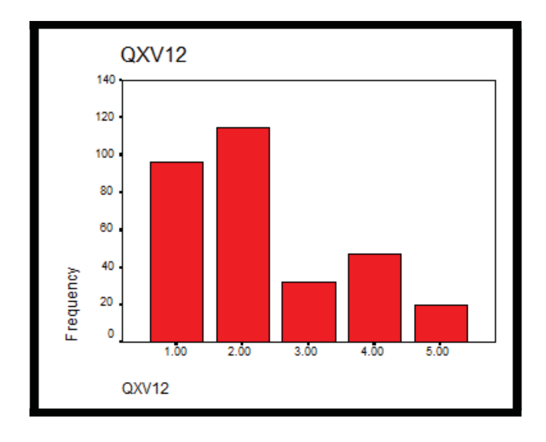
يلاحظ من الجدول رقم ( 29 ) أن ( توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية في المرتبة الأولي ، وفي المرتبة الثانية ( مركز لصناعة الإعلان ) ، وفي المرتبة الأخيرة ( وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل )، ويشار إلى الزيادة في متوسط وحدات القياس ، مع وجود تشتت بينها يعكسه الانحراف المعياري الذي تجاوز الواحد الصحيح في جميعها . أنظر الأشكال ( 21-أ ، ب ، ج ، )




**الشكل رقم (21- أ)**

**يوضح (توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية)**

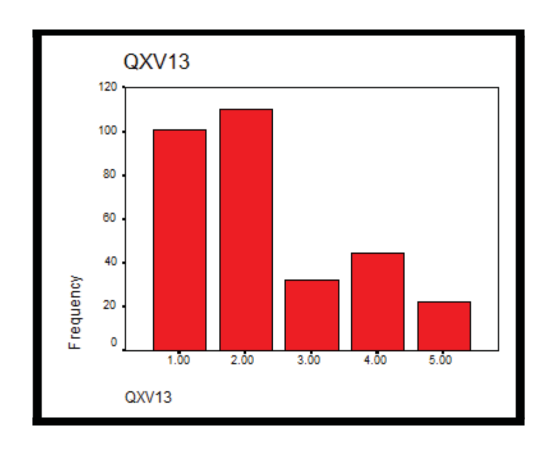
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (21- ب)**

**يوضح (وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




الشكل رقم (21- ج)

يوضح (مركز صناعة الإعلان)

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).

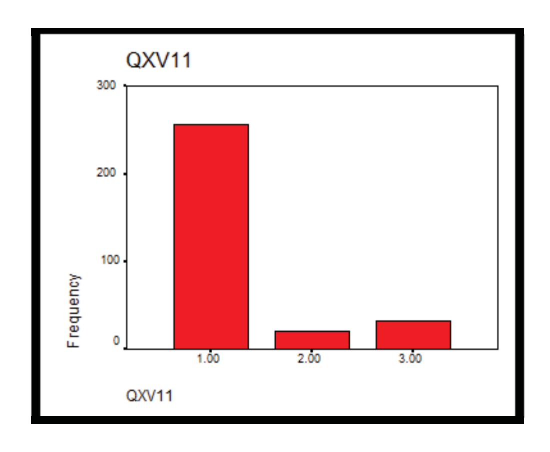
**د- استفادة الكادر الصحافي الوطني وترتيبها**

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 257 | 9، 82% |
| لا | 20 | 5، 6% |
| لا أدري | 33 | 6، 10% |
| المجموع | 310 | 100% |

جدول رقم (30)

عن استفادة الصحافي الوطني من المدن الحرة

يلاحظ من الجدول رقم ( 30) أن 82، 9% من العينة المبحوثة قالوا( نعـم )أن الكـادر الـصحافي الوطني سيستفيد من المدن الإعلامية الحرة ، فيما قال 6، 5% ( لا) يستفيد منهـا ، وأجـاب 10، 6% ( لا أدري ) .




**الشكل رقم (22)**

**يوضح مدى استفادة الكادر الصحافي الوطني من المدن الحرة**

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3 ) لفئة ( لا أدري ).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1-توفير المزيد من فرص العمل | 163 | 6، 52% | 94 | 0، 30% | 33 | 0، 10% | 16 | 2، 5% | 4 | 3، 1% | %100 |
| 2-تطوير القدرات الصحفية | 136 | 9، 43% | 121 | 0، 39% | 33 | 0، 10% | 15 | 8، 4% | 5 | 6، 1% | %100 |
| 3- تهيئة البيئة المناسبة للعمل | 126 | 6، 40% | 125 | 3، 40% | 39 | 6، 12% | 17 | 5، 5% | 3 | 0، 1% | %100 |

**جدول رقم (31 )**

**عن استفادة الصحافي المحلي من المدن الحرة**

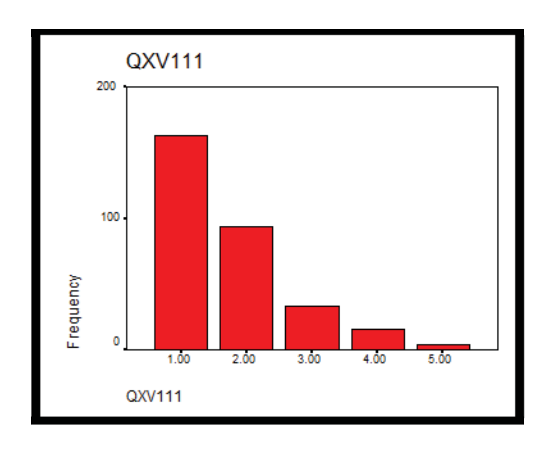
ويلاحظ من الجدول رقـم (31) ، أن 52، 6مـن مجتمـع الدراسـة ( موافـق جـداً ) ، و30، 0% (موافق ) إلى أن المدن الحرة ستوفر المزيد من فـرص العمـل للـصحافي الـوطني، مقابـل 1، 3% ( غـير موافق جداً ) ، 5، 2% ( غير موافق ) ، وقـال 10، 0% ( لا أدري ) . قـال 43، 9% ( موافـق جـداً ) ، و39، 0% (موافق ) على أن المدن الحرة سـتؤدي إلى تطـوير القـدرات الـصحفية للـصحافيين الـوطنيين مقابل 1، 6% ( غير موافق جداً ) ، و 4، 8% (غير موافـق ) ، قـال10، 0% ( لا أدري )، و كـما يـري 40، 6 % من مجتمع الدراسة (موافق جداً ) ، و40، 3% ( موافق) على أن المدن الحرة سـتهيئ البيئـة المناسبة للعمل مقابـل 1، 0% ( غـير موافـق جـداً ) ، 5، 5% ( غـير موافـق ) ، وأجـاب 12، 6% ( لا أدري)

| الفائدة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- توفير المزيد من فرص العمل | 1,7226 | 0,93847 | الأول |
| 2- تطوير القدرات الصحفية | 1,8129 | 0,92283 | الثاني |
| 3- تهيئة البيئة المناسبة للعمل | 1,8581 | 0,9061 | الثالث |

**الجدول (32)**

**حول ترتيب فوائد المدن الحرة للكادر الصحافي الوطني**

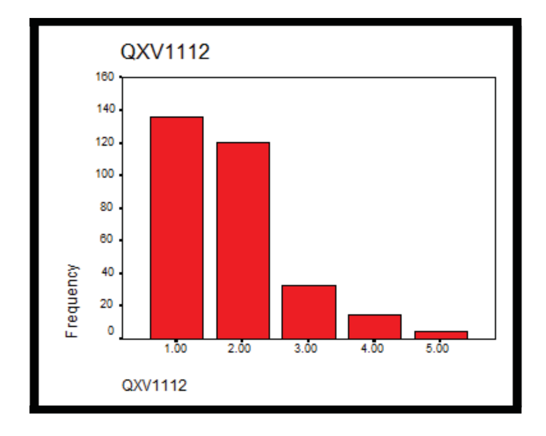
يلاحظ من الجدول رقم (33) أن فائدة ( توفير المزيد من فـرص العمـل ) نالـت المرتبـة الأولي ، تليها فائدة ( تطوير القدرات الـصحفية ) وفي المرتبـة الثالثـة والأخـيرة فائـدة ( تهيئـة البيئـة المناسـبة للعمل ) دون تفاوت كبير في المتوسط بين وحدات القياس ، ودون انحراف معيـاري كبـير بـين وحـدات القياس ، أنظر إلى الأشكال (23- أ، ب ، ج )




**الشكل رقم (23- أ)**

**يوضح (توفير المزيد من فرص العمل)**

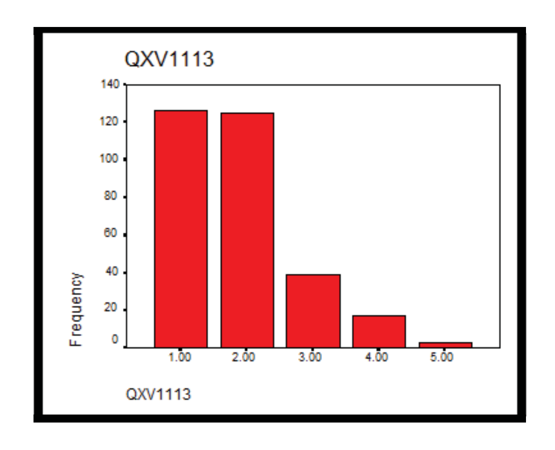
يشير الرقم (1) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ) .




**الشكل رقم (23- ب)**

**يوضح (تطوير القدرات الصحفية)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (23- ج)**

**يوضح (تهيئة البيئة المناسبة للعمل)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ) .

### 4- تفسير بيانات المحور الثالث ( الصعوبات التي تواجه المدن الحرة)

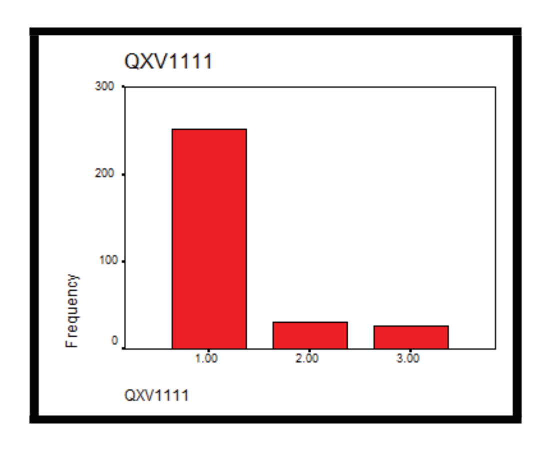
### أ- الصعوبات وترتيبها:

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 252 | %81 ،3 |
| لا | 31 | %10 ،0 |
| لا أدري | 27 | %8 ،7 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم (34)**

**عن وجود صعوبات أمام المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (34) أن 81، 3% من المبحـوثين قـالوا (نعـم ) توجـد صـعوبات أمـام تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، و قال 10، 0% ( لا ) توجـد صـعوبات، واكتفـى 8، 7 %بقـول (لا أدري ).




**الشكل رقم (24)**

**يوضح الصعوبات أمام المدن الحرة**

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئـة التـي قالـت ( نعـم ) والـرقم ( 2 ) لفئـة ( لا ) والـرقم (3) لفئـة ( لا أدري)

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1-حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية بالمنطقة | 166 | %53,5 | 86 | %27,7 | 27 | %8,7 | 29 | %9,4 | 2 | %0,6 | %100 |
| 2- لا يوجد قضاء مستقل | 132 | %42,6 | 120 | %38,7 | 27 | %8,7 | 31 | %10,0 | 0 | 0 | %100 |
| 3- لا يوجد اقتصاد حر | 174 | %56,1 | 78 | %25,2 | 27 | %8,7 | 31 | %10,0 | 0 | 0 | %100 |
| 4-البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية | 178 | %57,4 | 74 | %23,9 | 27 | %8,7 | 31 | %10,0 | 0 | 0 | %100 |

**جدول رقم (35)**

**عن الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ كم الجدول رقم (35) ، أن 53، 5% مـن مجتمـع الدراسـة ( موافـق جـداً ) ، و27، 7% (موافق ) على أن أهم المعوقات للمدن الإعلامية الحرة حرية التعبير في مواجهة الحساسيات الـسياسية والثقافية ، مقابل 0، 6 ( غير موافق جداً ) ، و 9، 4% (غـير موافـق) ، وأجابـت نـسبة 8، 7% ب( لا أدري ).

ذكر42، 6% ( موافق جداً ) ، 38، 7% ( موافق ) بأنه ؛لا يوجد قضاء مستقل ، مقابـل 10، 0% (غير موافق )، وأجاب 10، 0% ( لا أدري ).

و يري 56، 1% ( موافق جداً ) من مجتمع الدراسة ، و25، 2% ( موافـق ) عـلى أنـه لا يوجـد اقتصاد حر مقابل 10، 0% ( غير موافق ) ، وقال 8، 7% ( لا أدري ) . ويقول 57، 4% مـن مجتمـع الدراسة (موافق جداً ) ، و 23، 9% ( موافق ) على أن البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية تشكل معوقاً أمام المدن، مقابل 10، 0% (غير موافق)، و فضل 8، 7% قول ( لا أدري ) .

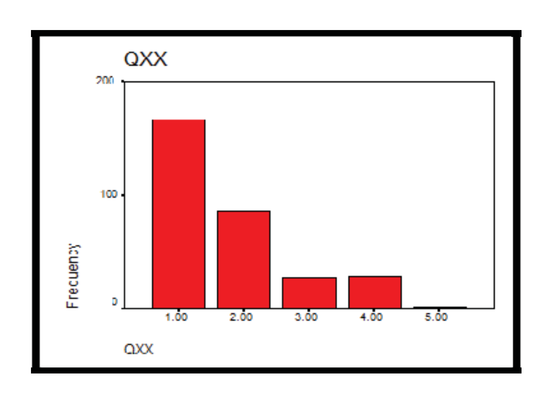
| المعوق | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية | 1,7129 | 0,99098 | الأول |
| 2- لا يوجد اقتصاد حر | 1,7258 | 0,98811 | الثاني |
| 3-حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية | 1,7581 | 0,99977 | الثالث |
| 4- لا يوجد قضاء مستقل | 1,8613 | 0,94687 | الرابع |

**الجدول (36)**

**حول ترتيب المعوقات أمام المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (36 ) أن البيروقراطية وتعقيدات الأجهـزة الإداريـة تـشكل المرتبة الأولي بالنسبة للمدن الحرة ، تليها في المرتبة الثانية ( لا يوجد اقتـصاد حـر) ، وفي

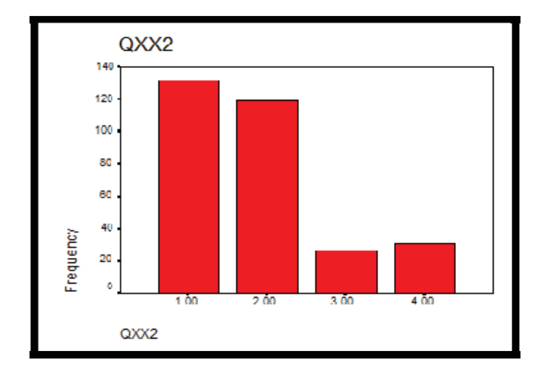
المرتبة الثالثة (حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية )، وفي المرتبة الرابعة ( لا يوجد قضاء مستقل) ، ويوجد انحراف معياري بين الوحدات ، ولكن تشتتها بسيط ، مع وجود تقارب بين المتوسطات . أنظر الأشكال(25-أ ، ب ، ج ، د )




**الشكل رقم (25- أ)**

**يوضح (حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية )**

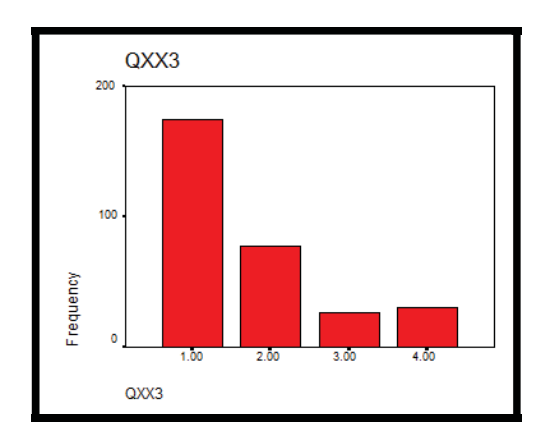
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (25- ب)**

**يوضح ( لا يوجد قضاء مستقل )**

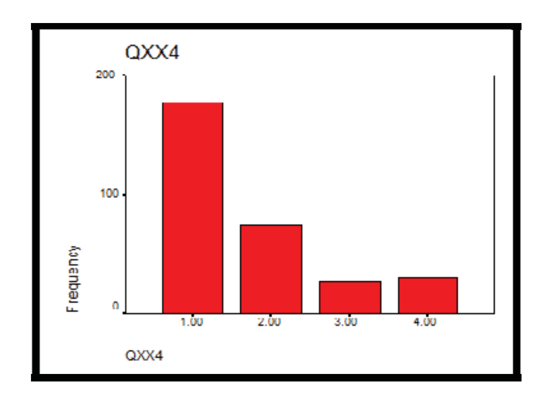
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ).




**الشكل رقم (25- ج)**

**يوضح ( لا يوجد اقتصاد حر)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ).




**الشكل رقم (25- د)**

**يوضح (البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ).

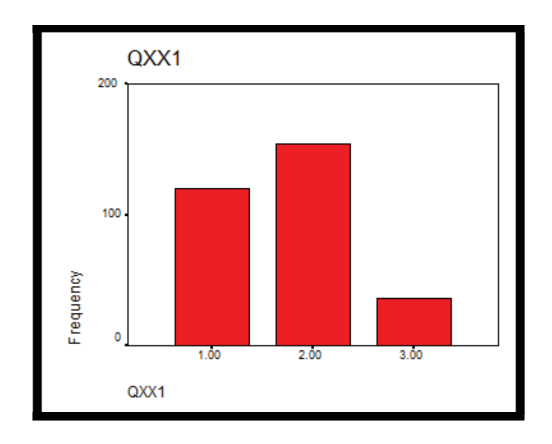
### ب- المدن الحرة وعلاقتها مع السلطة السياسية

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 120 | %38 ،7 |
| لا | 154 | %49 ،7 |
| لا أدري | 36 | %11 ،6 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم (37)**

**المدن الحرة وعلاقتها مع السلطة السياسية**

ويوضح الجدول رقم ( 37) أعلاه، أن 38، 7% من مجتمع الدارسة قالوا ( نعم )، أن المدن الحرة ستتغلب على العلاقة التقليدية بين السلطة ووسائل الإعلام ، فيما قال 49، 7% ( لا ) تتغلب على هذه العلاقة ، وأجاب 11، 6% ( لا أدري).




**الشكل رقم (26)**

**يوضح علاقة المدن الحرة مع السلطة السياسية**

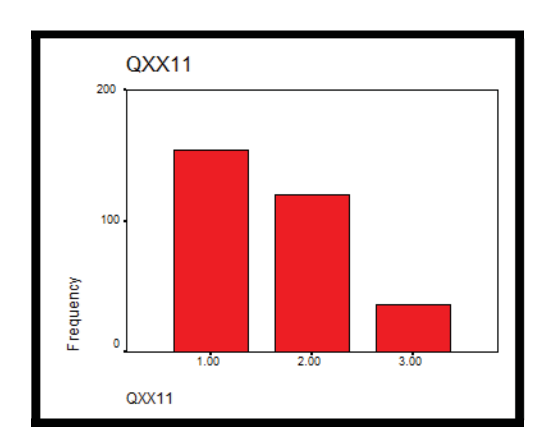
يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3 ) لفئة ( لا أدري )

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 154 | %49 ،7 |
| لا | 120 | %38 ،7 |
| لا أدري | 36 | %11 ،6 |
| المجموع | 310 | %100 |

**جدول رقم (38)**

**وسائل الإعلام بالمدن الحرة والصراعات العربية**

ويلاحظ من الجدول رقم ( 38) ، أن49، 7% من مجتمع الدراسة قالوا ( نعم ) أن ما تبثه وسائل الإعلام بالمدن الحرة يسبب صراعات بين الدول العربية ، فيما قال 38، 7% (لا ) تسبب صراعات ، وقال 11، 6% ( لا أدري ).




**الشكل رقم (27)**

**يوضح وسائل الإعلام بالمدن الحرة والصراعات العربية**

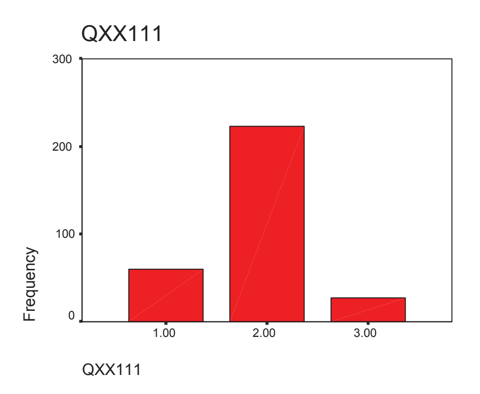
يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3) لفئة ( لا أدري).

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 60 | 4، 19% |
| لا | 223 | 9، 71% |
| لا أدري | 27 | 7، 8% |
| المجموع | 310 | 100% |

**جدول رقم (39)**

**عن الآثار السالبة للاستثمار الإعلامي بالمدن الحرة**

يوضح الجدول رقم ( 39)أعلاه ، أن 19، 4% من مجتمع الدراسة ، قالوا ( نعم) توجد آثار سالبة للاستثمار الإعلامي بالمدن الحرة على قيم المجتمعات العربية والإسلامية، و قال 71، 9% ( لا ) توجد آثار سالبة ، واكتفى 8، 7% بقول ( لا أدري ).




**الشكل رقم (28)**

**يوضح تأثير الاستثمار الإعلامي بالمدن الحرة على قيم المجتمعات**

**العربية والإسلامية)**

يرمز الرقم (1) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3 ) لفئة ( لا أدري ).

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | لمجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة الوافد | 123 | 7، 39% | 100 | 3، 32% | 27 | 7، 8% | 60 | 4، 19% | 0 | 0 | %100 |
| 2- وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية | 160 | 6، 51% | 63 | 3، 20% | 27 | 7، 8% | 60 | 4، 19% | 0 | 0 | %100 |

**جدول رقم (40)**

**الضمانات لحماية قيم المجتمعات العربية من التأثير الإعلامي السالب**

يلاحظ من الجدول رقم (40 ) أعلاه ، أن 39، 7% ( موافق جداً ) ، و 32، 3% (موافق ) على أن المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة الوافدة ، مقابل 19، 4% (غير موافق ) ، ولم يسجل أحد أنه ( غير موافق جداً ) ، وقال 8، 7% ( لا أدري ) .

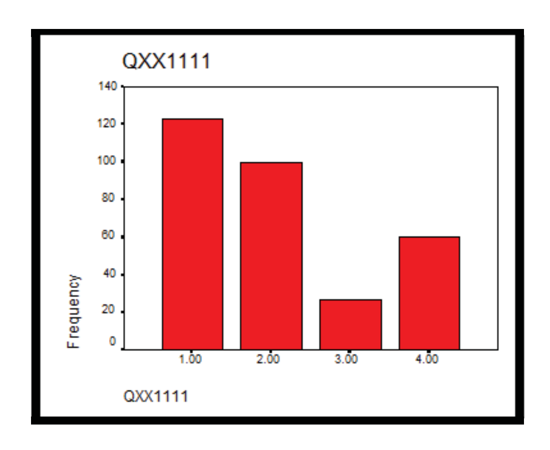
قال 51، 6% ( موافق جداً ) ، و 20، 3% ( موافق ) لوجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية التي تضبط الآثار السالبة ، مقابل 19، 4% ( غير موافق ) ، و ( غير موافق جداً ) صفر ، واكتفي 8، 7% بقول ( لا أدري ).

| الضمانة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
| --- | --- | --- | --- |
| 1- وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية | 1,9581 | 1,7478 | الأول |
| 2- المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة الوافدة | 2,0774 | 1,12077 | الثاني |

الجدول (41)

ترتيب ضمانات المجتمعات العربية من التأثير السالب للإعلام الوافد

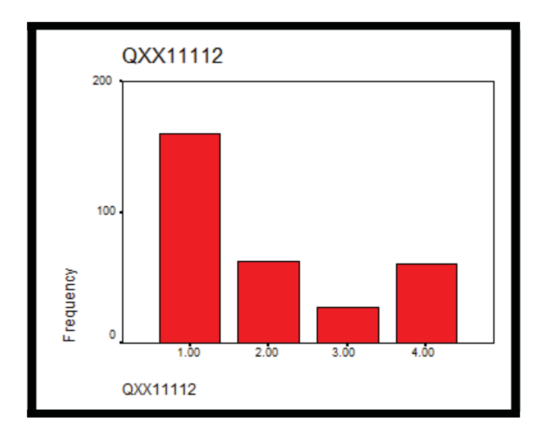
يلاحظ من الجدول رقم ( 41 ) أن وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية تشكل الضمانة الأولي لحماية المجتمعات العربية من التأثير السالب لوسائل الإعلام الوافدة للمدن الإعلامية الحرة ، ثم تأتي في المرتبة الثانية ضمانة ( المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة الوافدة . ويلاحظ وجود انحراف مقدر بين وحدات القياس وخاصة بالنسبة لضمانة ( وجود الضوابط القانونية ) ، كما نجد زيادة في متوسط ضمانة (المجتمعات العربية ) لتقارب درجات وحدات القياس ، ولذلك كان التشتت قليل الذي يمثله انحراف معياري بسيط .




**الشكل رقم (29- أ)**

**يوضح (المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة )**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2) ( موافق) ، والـرقم (3) ( لا أدري)، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى ( غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (29- ب)**

**يوضح (وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) ( 2) ( موافق ) ، و (3 ) ( لا أدري ) ، و (4 ) (غير موافـق) و (5 ) إلى ( غير موافق جداً).

5- تفسير بيانات المحور الرابع (مستقبل المدن الإعلامية الحرة)

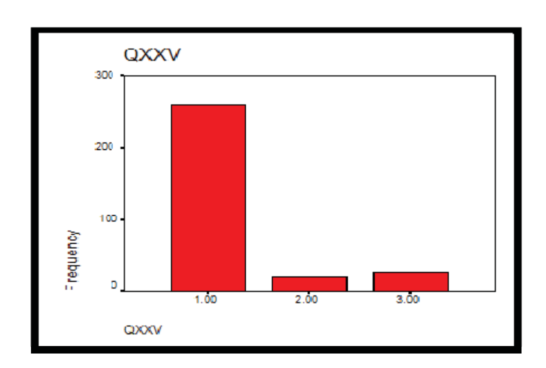
أ- فوائد القنوات الفضائية الحرة وترتيبها

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 262 | 84، 5% |
| لا | 21 | 6، 8% |
| لا أدري | 27 | 8، 7% |
| المجموع | 310 | 100% |

جدول رقم (42)

عن قدرة المدن الحرة للاستفادة من تجربة القنوات الفضائية

يوضح الجدول رقم (42) أن 84، 5% قالوا ( نعم ) أن المدن الحرة سوف تستفيد من تجربة القنوات الفضائية ، فيما قال 6، 8% (لا ) تستفيد ، وقال 8، 7% ( لا أدري ) .




الشكل رقم (30)

يوضح ( استفادة المدن الحرة من تجربة الفضائيات العربية)

يرمز الرقم (1) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3) لفئة ( لا أدري)

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبـــــارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1-تأكيد قيمة الإعلام وخطورته | 123 | %39 ،7 | 139 | %44 ،8 | 27 | %8 ،7 | 17 | %5 ،5 | 4 | %1 ،3 | %100 |
| 2-كسر جمود الإعلام العربي | 118 | %38 ،1 | 136 | %43 ،9 | 35 | %11 ،3 | 11 | %3 ،5 | 10 | %3 ،2 | %100 |
| 3- تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي | 139 | %44 ،8 | 123 | %39 ،7 | 27 | %8 ،3 | 19 | %6 ،1 | 2 | %0 ،6 | %100 |

**جدول رقم (43)**

**عن جوانب من فوائد من تجربة القنوات الفضائية للمدن الحرة**

يلاحظ من الجـدول رقـم (43) أن 39، 7% مـن مجتمـع الدراسـة ( موافـق جـداً ) ، و44، 8% (موافق ) على أن تجربة القنوات الفضائية أكدت قيمة الإعلام وخطورته ، مقابل 1، 3% (غيرموافـق جداً ) ، و 5، 5% ( غير موافق ) ، وقال8، 7% ( لا أدري ) .

وذكر 38، 1% ( موافق جداً ) ، و 43، 9% ( موافق ) على أن القنوات الفـضائية الحـرة كـسرت جمود الإعلام العربي ، مقابل 3، 2% ( غير موافق جداً ) ، و3، 5% ( غير موافق ) ، واكتفـي 11، 3% بقول ( لا أدري).

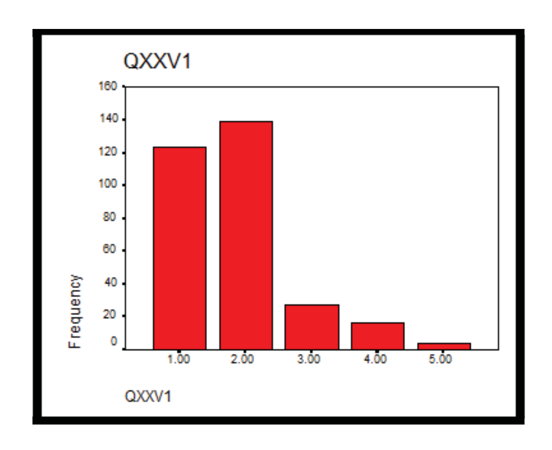
وقال 44، 8% ( موافق جداً ) ، و 39، 7% (موافق) عـلى أن تجربـة القنـوات الفـضائية أدت إلى تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي، مقابل 0، 6% ( غير موافق جداً ) ، وأجاب 6، 1% ( غير موافق ) ، وقال8، 7% ( لا أدري).

| الفائدة | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي | 1,7806 | 0,89059 | الأول |
| 2- تأكيد قيمة الإعلام وخطورته | 1,8387 | 0,89214 | الثاني |
| 3- كسر جمود الإعلام العربي | 1,9000 | 0,95853 | الرابع |

**الجدول (44)**

**ترتيب فوائد تجربة القنوات الفضائية للمدن الحرة**

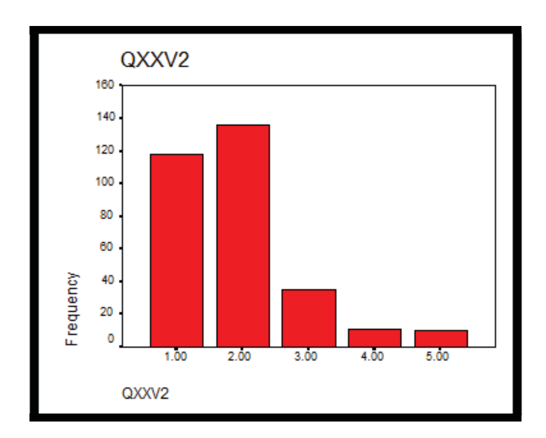
يلاحظ من الجدول الـرقم ( 44 ) أن قائـدة تنـشيط الاسـتثمار في القطـاع الاقتـصادي الإعلامـي نالت المرتبة الأولي ، تليها فائدة ( تأكيد قيمة الإعلام وخطورته) في المرتبة الثانية ، وفي المرتبـة الثالثـة (كسر جمود الإعلام العربي ) ، يلاحظ أن الانحراف المعياري بين درجات وحدات القياس ليس بـالكبير في جميع الفوائد . انظر الأشكال (31-أ، ب، ج )




**الشكل رقم (31- أ)**

**يوضح (تأكيد قيمة الإعلام وخطورته)**

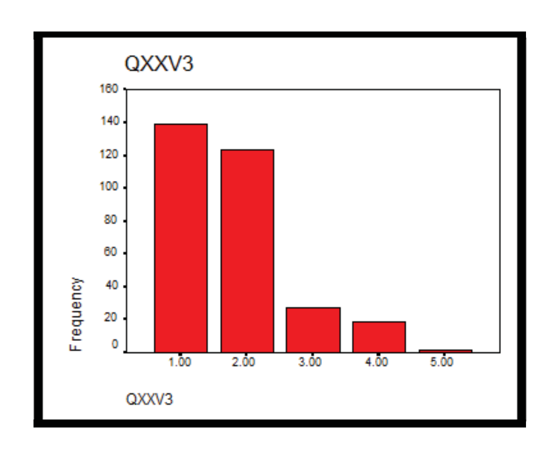
يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (31- ب)**

**يوضح (كسر جمود الإعلام العربي)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق) ، والرقم (3 ) ( لا أدري)، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (31- ج)**

**يوضح (تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).

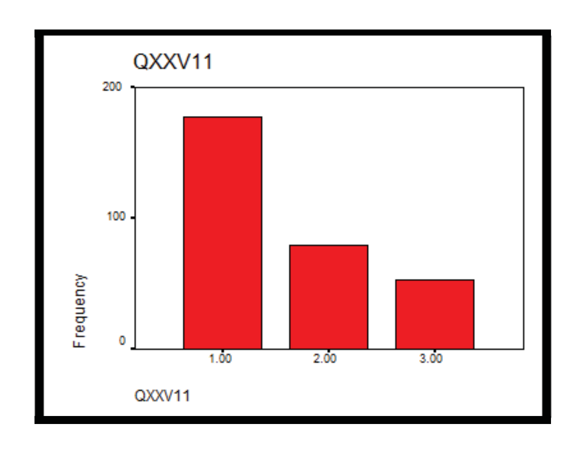
## ب- نجاح أو فشل تجربة المدن الحرة

| العبارة | التكرار | النسبة % |
|---|---|---|
| نعم | 177 | 1، 57% |
| لا | 80 | 8، 25% |
| لا أدري | 53 | 1، 17% |
| المجموع | 310 | 100% |

**جدول رقم (45)**

**عن نجاح تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم ( 45) أن 57، 1% قالوا ( نعم ) أن تجربة المدن الحرة ستنجح ، مقابل 25، 8% قالوا ( لا ) تنجح، وقال 17، 1% ( لا أدري ) .




**الشكل رقم (32)**

**يوضح ( نجاح وفشل تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة )**

يرمز الرقم (1 ) إلى الفئة التي قالت ( نعم ) والرقم ( 2 ) لفئة ( لا ) والرقم (3 ) لفئة ( لا أدري).

## ج- تقييم تجربة مدينة دبي للإعلام

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1-مفيدة على الإطلاق | 76 | %23,5 | 119 | %38,4 | 58 | %18,7 | 35 | %11,3 | 22 | %7,1 | %100 |
| 2- مفيدة | 86 | %27,7 | 176 | %56,8 | 42 | %13,5 | 6 | 1,95 | 0 | 0 | %100 |
| 3- لا أدري | 0 | 0 | 0 | 0 | 27 | %8,7 | 216 | %69,7 | 67 | %21,6 | %100 |
| 4-غير مفيدة | 0 | 0 | 1 | %0,3 | 27 | %8,7 | 223 | %71,9 | 59 | %19,0 | %100 |
| 5- غير مفيدة على الإطلاق | 0 | 0 | 1 | %0,3 | 27 | %8,7 | 110 | %35,5 | 172 | %55,5 | %100 |

**جدول رقم (46)**

**عن فائدة مدينة دبي للإعلام**

يلاحظ من الجدول رقم (46) أن 23، 5% من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و38، 4% (موافق ) على أن مدينة دبي للإعلام مفيدة على الإطلاق ، مقابل 7، 1% ( غير موافق جداً ) ، و 11، 3% ( غير موافق ) ، وقال 18، 7% ( لا أدري ) ، كما يري 27، 7% من مجتمع الدراسة أنه (موافق جداً ) ، و 56، 8% ( موافق ) على أن مدينة دبي للإعلام مفيدة ، مقابل 1، 9% ( غير موافق) ولم يقل أحد أنه ( غير موافق جداً ) ، وقال 13، 5% ( لا أدري).

وأكد مجتمع البحث درايته بمدينة دبي للإعلام ؛ فكانت نتيجة ( موافق جداً) (موافق ) على عدم الدراية (صفرا) ، مقابل 21، 6% (غير موافق جداً ) ، و 69، 7% (غير موافق ) على القول بعدم الدراية ، وقال 8، 7% ( لا أدري).

ولم يقل أحد أنه ( موافق جداً ) على أن مدينة دبي للإعلام ( غير مفيدة ) ، بينما قال 0، 3% ( موافق ) أنها (غير مفيدة )، مقابل 19، 0% ( غير موافق جداً ) ، و ( 71، 9% ) ( غير موافق ) على أنها (غير مفيدة )، وقال 8، 7% ( لا أدري) .

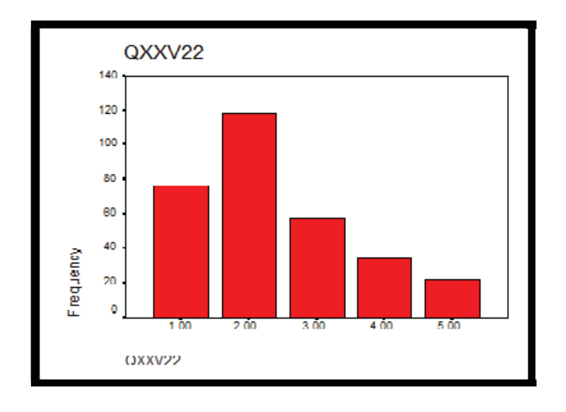
ولم يقل أحد أنه مدينة دبي الإعلام ( غير مفيدة على الإطلاق ) ، في حين قال 0، 3% إنها (غير مفيدة على الإطلاق ) ، مقابل 55، 5% (غير موافق جداً( و 35، 5% (غير موافق ) على أنها (غير مفيدة على الإطلاق) ، وفضل 8، 7% القول ( لا أدري).

| القول | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1-مفيدة | 1,8968 | 0,69370 | الأول |
| 2- مفيدة على الإطلاق | 2,3806 | 1,17565 | الثاني |
| 3- غير مفيدة | 4,0968 | 0,53091 | الرابع |
| 4- لا أدري | 4,1290 | 0,53619 | الخامس |
| 5- غير مفيدة على الإطلاق | 4,4613 | 0,66594 | السادس |

**الجدول (47 )**

**ترتيب القول بفائدة مدينة دبي الإعلام**

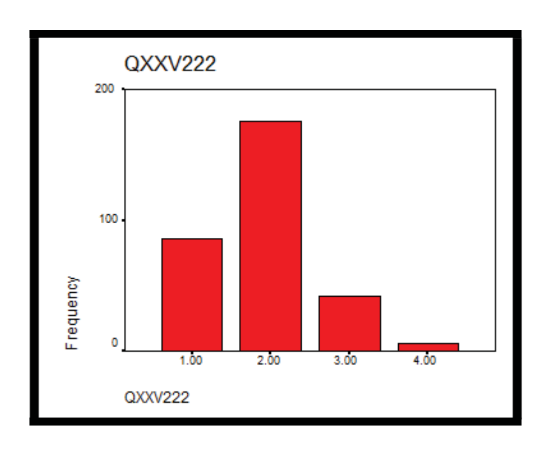
يلاحظ من الجدول رقم (47 ) أن الفئة التي قالت أن مدينة دبي للإعلام ( مفيدة ) نالت المرتبة الأولي ، تليها في المرتبة الثانية الفئة التي قالت ( مفيدة عـلى لإطـلاق ) ، وفي المرتبـة الثالثـة الفئـة التـي قالت ( غير مفيدة ) ، وفي المرتبة لرابعة الفئة التي قالت ( لا أدري)، و في المرتبـة الخامـسة الفئـة التـي قالت ( غير مفيدة على الإطلاق ) ، و يشار إلى وجود تشتت كبير بين وحدات القياس للفئة التي قالت ( مفيدة على الإطلاق ) حيت تجاوز الواحد الصحيح . انظر الأشكال(33-أ، ب ، ج ، د، هـ)




**الشكل رقم (33- أ)**

**يوضح (مدينة دبي مفيدة على الإطلاق)**

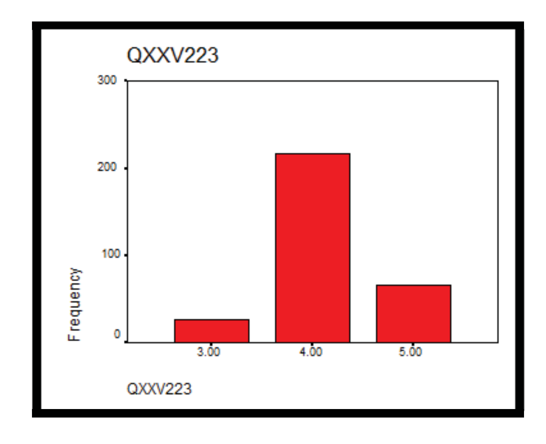
يشير الرقم ( 1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (33- ب)**

**يوضح (مدينة دبي مفيدة)**

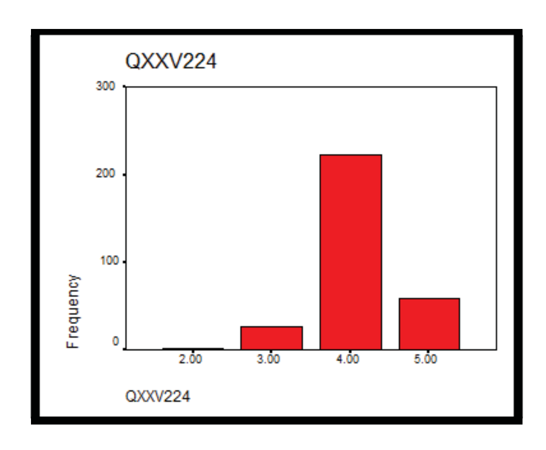
يشير الرقم (1) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) ( موافق ) ، و الرقم (3) ( لا أدري)، والرقم (4 ) ( غير موافق ) ، والرقم (5 ) (غير موافق جداً)




**الشكل رقم (33- ج)**

**يوضح (لا أدري) عن مدينة دبي للإعلام**

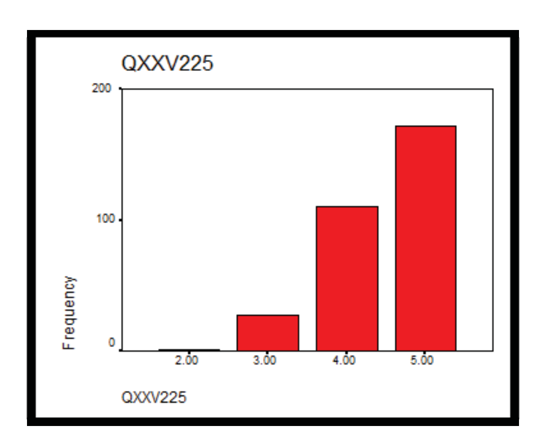
يشير الرقم (3 ) إلى ( لا أدري) ، والرقم (4 ) ( غير موافق) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (33- د)**

**يوضح أن مدينة دبي للإعلام ( غير مفيدة )**

يشير الرقم (2) إلى ( موافق ) ، والرقم (3 )( لا أدري) ، والـرقم (4)( غـير موافـق) والـرقم (5) إلى ( غير موافق جداً ).




**الشكل رقم (33- هـ)**

**يوضح أن مدينة دبي للإعلام ( غير مفيدة على الإطلاق)**

يشير الرقم (2 )إلي ( موافق) ، و الرقم (3) ( لا أدري) ، والرقم (4) ( غير موافق) والـرقم (5) إلى ( غير موافق جداً ) .

## خ- سنوات استمرارية المد الحرة وترتيبها

| المقياس | موافق جداً | | موافق | | لا أدري | | غير موافق | | غير موافق جداً | | المجموع بالنسبة % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العبارة / التكرار | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | %100 |
| 1- 5 سنوات | 88 | %28,4 | 89 | %28,7 | 53 | %17,1 | 43 | %13,9 | 37 | %11,9 | %100 |
| 2- 10سنوات | 72 | %23,2 | 106 | %33,9 | 53 | %17,1 | 65 | %21,5 | 16 | %5,2 | %100 |
| 3- 20 سنة فأكثر | 89 | %28,7 | 88 | %28,4 | 53 | %17,1 | 79 | %25,5 | 1 | %0,3 | %100 |

**جدول رقم (49)**

**عن استمرار تجربة المدينة الإعلامية العربية الحرة**

يوضح الجدول رقم ( 49) أن 28، 4 % من مجتمع الدراسة ( موافق جداً ) ، و 28، 7 % (موافق) على أن تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة سوف تستمر إلى خمس سنوات ، مقابل 11، 9% ( غير موافق جداً) ، و 13، 9%( غير موافق ) ، وقال 17، 1% ( لا أدري).

قال 23، 2% ( موافق جداً ) ، 33، 9% ( موافق ) ، على أنها سوف تستمر إلى عشر سنوات ، مقابل 5، 2% ( غير موافق جداً ) ، 21، 5% ( غير موافق ) ، اكتفى 17، 1% بقول ( لا أدري ).

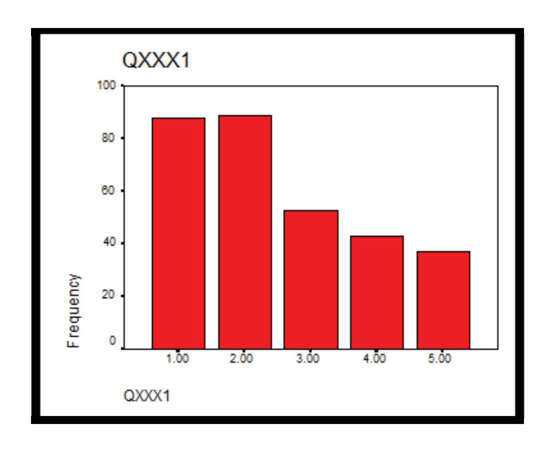
وذكر 28، 7% من مجتمع الدراسة أنه ( موافق جداً ) ، 28، 4% ( موافق ) على أنها سوف تستمر إلى عشرين سنة فأكثر ، مقابل 0، 3% ( غير موافق جداً ) ، 25، 5% ( غير موافق ) ، وقال 17، 1% ( لا أدري).

| السنوات | المتوسط | الانحراف | الترتيب |
|---|---|---|---|
| 1- 20 سنة فأكثر | 2,4032 | 1,16112 | الأول |
| 2- 10 سنوات | 2,5032 | 1,19532 | الثاني |
| 3- 5 سنوات | 2,5226 | 1,34783 | الثالث |

**الجدول (50)**

**ترتيب سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة**

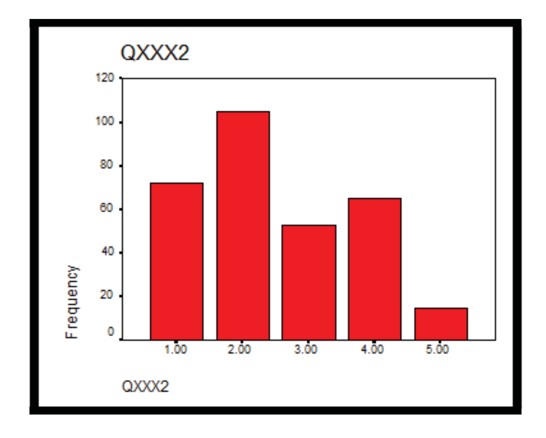
يلاحظ من الجدول رقم ( 50 ) أن مجتمع الدراسة أعطي ( 20سنة فأكثر) المرتبة الأولي لاستمرار تجربة المدن الحرة ، وفي المرتبة الثانية ( 10سنوات ) ، وفي المرتبة الأخيرة ( 5سنوات ) ، ولكن يوجد ارتفاع في المتوسط ، مع انحراف معياري مقدر في (10سنوات ) و ( 20 سنة فأكثر ) لتشتت درجات وحدات القياس بصورة كبيرة . انظر الأشكال (35- أ ، ب ، ج )




**الشكل رقم (35- أ)**

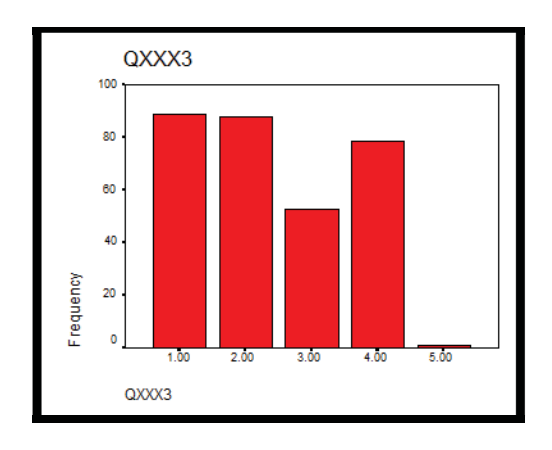
**يوضح (استمرار تجربة المدن الحرة لخمس سنوات)**

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) (موافق) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري)، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ).




الشكل رقم (35- ب) يوضح (استمرار تجربة المدن الحرة لعشر سنوات)

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والرقم (2 ) (موافق) ، و الرقم (3 ) ( لا أدري)، والرقم (4 ) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ) .




الشكل رقم (35- ج) يوضح (استمرار تجربة المدن الحرة لعشرين سنة)

يشير الرقم (1 ) إلى (موافق جداً ) والـرقم (2) ( موافـق ) ، و الـرقم (3 ) ( لا أدري) ، والـرقم (4) ( غير موافق ) والرقم (5 ) إلى (غير موافق جداً ) .

## المطلب الثاني

## متغيرات الدراسة في محاورها الأربعة

### أ المتغيرات في المحور الأول (الأهداف)

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 0,170 | 1 | 0,170 | 0,283 | 0,595 |
| داخل المجموعات | 184,427 | 308 | 0,599 | | |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي | | | | | |
| بين المجموعات | 0,060 | 1 | 0,060 | 0,077 | 0,781 |
| داخل المجموعات | 239,750 | 308 | 0,778 | | |
| المجموع | 239,810 | 309 | | | |
| 3-تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 0,862 | 1 | 0,862 | 0,783 | 0,377 |
| داخل المجموعات | 338,931 | 308 | 1,100 | | |
| المجموع | 339,794 | 309 | | | |
| 4-تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي | 3,760 | | | | |
| بين المجموعات | 297,711 | 1 | 3,760 | 3,889 | 0,049 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| داخل المجموعات | 301,471 | 308 | 0,967 | | |
| المجموع | | 309 | | | |
| 5-تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها | | | | | |
| بين المجموعات | 0,129 | 1 | 0,129 | 0,089 | 0,765 |
| داخل المجموعات | 443,471 | 308 | 1,440 | | |
| المجموع | 443,600 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (1)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات النوع (ذكر ، أنثى )**

**في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة.**

يوضح الجدول رقم (1) أن قيمة (ف) دالة في حالة متغير هدف ( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي ) عند مستوي 0، 049، ومن هنا يمكن القول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات النوع (ذكر ، أنثى ) في هذا الهدف ، لأنه مستوي دلالته ، أقل من مستوي المعنوية (0، 05) ، أي أنه يوجد تأثير للنوع على هدف ( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي) ، ولكن لا توجد دلالة إحصائية بالنسبة لمجموعات النوع (ذكر ، أنثى ) في الأهداف الأخرى للمدن الإعلامية الحرة ، وذلك أن مستوي دلالتها أكبر من مستوي المعنوية 0، 05 ، أي لا تأثير للنوع على بقية أهداف المدن الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 2,303<br>182,293<br>184,597 | 2<br>307<br>309 | 1,152<br>0,594 | 1,940 | 0,146 |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 3,061<br>236,748<br>239,810 | 2<br>307<br>309 | 1,531<br>0,771 | 1,985 | 0,139 |
| 3-تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 2,036<br>337,757<br>339,794 | 2<br>307<br>309 | 1,018<br>1,100 | 0,926 | 0,397 |
| 4-تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 0.381<br>301,090<br>301,471 | 2<br>307<br>309 | 0,191<br>0,981 | 0,194 | 0,824 |
| 5-تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 0,289<br>443,311<br>443,600 | 2<br>307<br>309 | 0,144<br>1,444 | 0,100 | 0,905 |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

الجدول رقم (2) يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات الجنسية ( سوداني ، إماراتي جنسيات أخرى ) في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة.

يلاحظ من الجدول رقم (2) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن مستوي الدلالة أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجنسية

(سوداني ، إماراتي ، جنسيات أخرى ) في أهداف المدن الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير الجنسية في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 7,964 | 4 | 1,991 | 3,438 | 0,009 |
| داخل المجموعات | 176,633 | 305 | 0,579 | | |
| المجموع | 184,597 | 309 | | | |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي | | | | | |
| بين المجموعات | 4,410 | 4 | 1,100 | 1,425 | 0,225 |
| داخل المجموعات | 235,409 | 305 | 0,772 | | |
| المجموع | 239,810 | 309 | | | |
| 3-تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 8,938 | 4 | 2,234 | 2,060 | 0,086 |
| داخل المجموعات | 330,856 | 305 | 1,084 | | |
| المجموع | 339,794 | 309 | | | |
| 4-تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس | | | | | |
| للإنتاج العالمي | 10,064 | 4 | 2,516 | 2,633 | 0,034 |
| بين المجموعات | 291,407 | 305 | 0,955 | | |
| داخل المجموعات | 301,471 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |
| 5-تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير | | | | | |
| وامتصاصها | 4,344 | 4 | 1,086 | 0,754 | 0,556 |
| بين المجموعات | 439,256 | 305 | 1,440 | | |
| داخل المجموعات | 443,600 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (3)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA) لفرو قات مجموعات العمر**

**في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (3) أن قيمة (ف) دالة إحصائياً لمتغير هدفي ( جذب الاستثمارات الإعلامية ) ، و ( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي) ففي

الهدف الأول دلت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 009، وفي الهدف الثاني دلت (ف) إحصائياً عند مستوي 0، 034 ، لأن مستوي دلالتهما أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العمر في هذين الهدفين ، وأنه يوجد تأثير لمتغير العمر على جذب الاستثمارات الإعلامية وتقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير العمر على بقية أهداف المدن الحرة ، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية 0، 05.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 6,608 | 3 | 2,203 | 3,787 | 0,011 |
| داخل المجموعات | 177,989 | 305 | 0,582 | | |
| المجموع | 184,597 | 309 | | | |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي | | | | | |
| بين المجموعات | 2,483 | 3 | 0,878 | 1,067 | 0,363 |
| داخل المجموعات | 237,327 | 305 | 0,776 | | |
| المجموع | 239,810 | 309 | | | |
| 3-الاستجابة للعولمة | | | | | |
| بين المجموعات | 4,335 | 3 | 1,445 | 1,318 | 0,268 |
| داخل المجموعات | 335,458 | 305 | 1,096 | | |
| المجموع | 339,794 | 309 | | | |
| 4-تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس | | | | | |
| للإنتاج العالمي | 2,839 | 3 | 0,946 | 0,970 | 0,407 |
| بين المجموعات | 298,632 | 305 | 0,976 | | |
| داخل المجموعات | 301,471 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |
| 5-تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير | | | | | |
| وامتصاصها | 11,406 | 3 | 3,802 | 2,692 | 0,046 |
| بين المجموعات | 432,194 | 305 | 1,412 | | |
| داخل المجموعات | 443,600 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (6)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المؤهل( المستوي التعليمي) في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة .**

يلاحظ من الجدول رقم (6) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً لمتغير هدفي (جذب الاستثمارات الإعلامية ) و ( تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها ) ، ففي

الهدف الأول دلت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 011، وفي الهدف الثاني دلت (ف) إحصائياً عند مستوي 0، 046 ، لأن مستوي دلالتهما أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المؤهل في هذين الهدفين ، وأنه يوجد تأثير لمتغير المؤهل على هدف جذب الاستثمارات الإعلامية ، وهدف تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير المؤهل على بقية أهداف المدن الحرة ، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية (0، 05).

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-جذب الاستثمارات الإعلامية | | | | | |
| بين المجموعات | 10,054 | 6 | 1,676 | 2,909 | 0,009 |
| داخل المجموعات | 174,543 | 305 | 0,576 | | |
| المجموع | 184,597 | 309 | | | |
| 2-أداة للترويج الاقتصادي | | | | | |
| بين المجموعات | 10,738 | 6 | 2,051 | 1,898 | 0,030 |
| داخل المجموعات | 229,072 | 303 | 1,081 | | |
| المجموع | 239,810 | 309 | | | |
| 3-الاستجابة للعولمة | | | | | |
| بين المجموعات | 12,307 | 6 | 2,051 | 1,898 | 0,081 |
| داخل المجموعات | 377,486 | 305 | 1,081 | | |
| المجموع | 339,794 | 309 | | | |
| 4-تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي | 5,613 | 6 | 0,936 | 0,958 | 0,454 |
| بين المجموعات | 295,858 | 305 | 0,976 | | |
| داخل المجموعات | 301,471 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |
| 5-تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها | 7,326 | 6 | 1,221 | 0,848 | 0,534 |
| بين المجموعات | 436,274 | 305 | 1,440 | | |
| داخل المجموعات | 443,600 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |

*** مستوي الدلالة عند (0، 05)**

**الجدول رقم (9)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المهنة في أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة.**

يلاحظ من الجدول رقم (9) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً لمتغير هدفي ( جذب الاستثمارات الإعلامية ) ، و ( أداة للترويج الاقتصادي ) ففي الهدف الأول دلت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 009 وفي الهدف الثاني دلت (ف) إحصائياً عند مستوي 0، 030 و ذلك لأن مستوي دلالتهما أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المهنة في هذين الهدفين ، وأنه يوجد تأثير لمتغير المهنة على هدفي جذب الاستثمارات الإعلامية ، أداة للترويج الاقتصادي ؛ كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير العمر على بقية أهداف المدن الحرة ، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية (0، 05) .

**ب- متغيرات في المحور الثاني ( التسهيلات والامتيازات)**

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-بنية تحتية تقنية متينة | | | | | |
| بين المجموعات | 0,264 | 1 | 0,246 | 0,155 | 0,694 |
| داخل المجموعات | 524,046 | 308 | 1,701 | | |
| المجموع | 524,310 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |
| 2-مجتمع متكامل للإعلام | | | | | |
| بين المجموعات | 0,064 | 1 | 0,048 | 0,039 | 0,844 |
| داخل المجموعات | 506,030 | 308 | 1,643 | | |
| المجموع | 506,094 | 309 | | | |
| 3-كلفة تشغيل منافسة | | | | | |
| بين المجموعات | 0,048 | 1 | 0,048 | 0,029 | 0,866 |
| داخل المجموعات | 518,094 | 308 | 1,682 | | |
| المجموع | 518,142 | 309 | | | |
| 4-خدمات لوجستية | | | | | |
| بين المجموعات | 10,926 | 1 | 10,926 | 6,989 | 0,009 |
| داخل المجموعات | 481,513 | 308 | 1,563 | | |
| المجموع | 492,439 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (12) يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات النوع ( ذكر ، أنثى )في التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبية.**

يلاحظ من الجدول رقم (12) أن (ف) دالة إحصائياً في حالة متغير ( خدمات لوجستية) عند مستوى 0، 009 ، وذلك لأنها أقل من المعنوية 0، 05 ، فإذاً يوجد تأثير للنوع على متغير خدمات لوجستية . كما أنه لا توجد دلالة إحصائية في متغيرات التسهيلات، وذلك لأن (مستوي الدلالة) لدي متغيرات التسهيلات الأخرى أكبر من مستوي المعنوية 0،05.

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- بنية تحتية تقنية متينة | | | | | |
| بين المجموعات | 4,628 | 2 | 2,314 | 1,367 | 0,256 |
| داخل المجموعات | 519,681 | 307 | 1,693 | | |
| 2- مجتمع متكامل للإعلام | | | | | |
| بين المجموعات | 7,058 | 2 | 3,529 | 2,171 | 0,116 |
| داخل المجموعات | 499,036 | 307 | 1,626 | | |
| المجموع | 506,094 | 309 | | | |
| 3-كلفة تشغيل منافسة | | | | | |
| بين المجموعات | 37,960 | 2 | 18,980 | 12,135 | 0,000 |
| داخل المجموعات | 480,182 | 307 | 1,564 | | |
| المجموع | 518,142 | 309 | | | |
| 4- خدمات لوجستية | | | | | |
| بين المجموعات | 2,772 | 2 | 1,386 | 0,869 | 0,420 |
| داخل المجموعات | 489,667 | 307 | 1,595 | | |
| المجموع | 492,439 | 309 | | | |

**الجدول رقم (13)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات الجنسية ( سوداني ، إماراتي ، جنسيات أخرى) في التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية للإعلام الأجنبي.**

يلاحظ من الجدول رقم (13) أن قيمة (ف ) دالة إحصائيا في حالة متغير ( كلفة تشغيل منافسة ) وذلك عند مستوي دلالة 0، 000 ، فهي أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجنسية في

متغير ( كلفة تشغيل منافسة)، وأنه يوجد تأثير لمتغير الجنسية على ( كلفة تشغيل منافسة )، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير الجنسية على بقية التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية (0، 05) .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- بنية تحتية تقنية متينة | | | | | |
| بين المجموعات | 1,016 | 4 | 0,254 | 0,149 | 0,964 |
| داخل المجموعات | 523,294 | 305 | 1,716 | | |
| 2- مجتمع متكامل الإعلام | | | | | |
| بين المجموعات | 12,283 | 4 | 3,071 | 1.897 | 0,111 |
| داخل المجموعات | 493,810 | 305 | 1,619 | | |
| المجموع | 506,094 | 309 | | | |
| 3- كلفة تشغيل منافسة | | | | | |
| بين المجموعات | 7,810 | 4 | 1,953 | 1,167 | 0,325 |
| داخل المجموعات | 510,332 | 305 | 1,673 | | |
| المجموع | 518,142 | 309 | | | |
| 4-خدمات لوجستية | | | | | |
| بين المجموعات | 5,893 | 4 | 1,473 | 0,924 | 0,450 |
| داخل المجموعات | 486,546 | 305 | 1,595 | | |
| المجموع | 492,439 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (15)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات العمر**

**في التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي**

يلاحظ من الجدول رقم (15) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي ، وذلك لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فلا يوجد إذاً فروق ذات دلالة

إحصائية بين مجموعات العمر في التسهيلات التي تقدمها المدن الحرة للإعلام الأجنبي ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير العمر على التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- بنية تحتية تقنية متينة | | | | | |
| بين المجموعات | 2,426 | 3 | 0,809 | 0,474 | 0,701 |
| داخل المجموعات | 521,884 | 306 | 1,706 | | |
| 2- مجتمع متكامل للإعلام | | | | | |
| بين المجموعات | 2,848 | 3 | 0,949 | 0,577 | 0,630 |
| داخل المجموعات | 503,245 | 306 | 1,645 | | |
| المجموع | 506,094 | 309 | | | |
| 3- كلفة تشغيل منافسة | | | | | |
| بين المجموعات | 13,705 | 3 | 4,568 | 2,771 | 0,42 |
| داخل المجموعات | 504,437 | 306 | 1,648 | | |
| المجموع | 518,142 | 309 | | | |
| 4-خدمات لوجستية | | | | | |
| بين المجموعات | 8,420 | 3 | 2,807 | 1,774 | 0,152 |
| داخل المجموعات | 484,019 | 305 | 1,582 | | |
| المجموع | 492,439 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (16)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المؤهل( المستوي التعليمي)**

**في التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي.**

يلاحظ من الجدول رقم (16) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً في متغير( كلفة تشغيل منافسة) عند مستوي 0، 042، لأنها أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن

القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المؤهل في متغير كلفة التشغيل، أي يوجد تـأثير لمتغير المؤهل على (كلفة تشغيل منافسة )، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير المؤهل على بقيـة تـسهيلات المدن الحرة ، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية (0، 05).

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- بنية تحتية تقنية متينة | | | | | |
| بين المجموعات | 8,233 | 6 | 1,372 | 0,806 | 0,566 |
| داخل المجموعات | 516,077 | 303 | 1,703 | | |
| 2- مجتمع متكامل للإعلام | | | | | |
| بين المجموعات | 9,001 | 6 | 1,500 | 0,914 | 0,485 |
| داخل المجموعات | 497,093 | 303 | 1,641 | | |
| المجموع | 506,094 | 309 | | | |
| 3- كلفة تشغيل منافسة | | | | | |
| بين المجموعات | 13,583 | 6 | 2,264 | 1,359 | 0,231 |
| داخل المجموعات | 504,559 | 303 | 1,665 | | |
| المجموع | 518,142 | 309 | | | |
| 4-خدمات لوجستية | | | | | |
| بين المجموعات | 15,358 | 6 | 2,560 | 1,626 | 0,140 |
| داخل المجموعات | 477,081 | 303 | 1,575 | | |
| المجموع | 492,439 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (18)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المهنة**

**في التسهيلات التي تقدمها المدن الإعلامية العربية الحرة للإعلام الأجنبي.**

يلاحـظ مـن الجـدول رقـم (18) أن قيمـة (ف ) غـير دالـة إحـصائياً في متغـيرات الدراسة ، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية (0، 05) ، أي أنـه لا يوجـد

تأثير لمتغير المهنة على التسهيلات، التي توفرها المدن الإعلامية العربية الحرة لجذب وسائل الإعلام الأجنبية.

### ج- متغيرات الدراسة في المحور الثالث (الصعوبات التي تواجه المدن الحرة)

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية . | 5,003 | 1 | 5,003 | 5,071 | 0,025 |
| بين المجموعات | 303,852 | 308 | 0,987 | | |
| داخل المجموعات | 308,855 | 309 | | | |
| 2- لا يوجد قضاء مستقل | | | | | |
| بين المجموعات | 0,856 | 1 | 0,856 | 0,955 | 0,329 |
| داخل المجموعات | 276,179 | 308 | 0,879 | | |
| المجموع | 277,035 | 309 | | | |
| 3- لا يوجد اقتصاد حر | | | | | |
| بين المجموعات | 0,132 | 1 | 0,132 | 0,134 | 0,714 |
| داخل المجموعات | 301,562 | 308 | 0,979 | | |
| المجموع | 301,694 | 309 | | | |
| 4-البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية . | | | | | |
| بين المجموعات | 0,011 | 1 | 0,011 | 0,011 | 0,915 |
| داخل المجموعات | 303,437 | 308 | 0,985 | | |
| المجموع | 303,448 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05) . الجدول رقم (19) يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفروقات مجموعات النوع في الصعوبات التي تواجهالمدن الإعلامية العربية الحرة.

يلاحظ من الجدول رقم (19) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً لمتغير ( حرية التعبير في مواجهة الحساسية السياسية والثقافية ) ، حيث دالت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 025، وهو أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المهنة في متغير ( حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية ) ، وأنه يوجد تأثير لمتغير النوع على المتغير المعني ، كما أنه لا يوجد

تأثير لمتغير النوع على بقية الصعوبات التي تواجه المدن الحرة، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية 0، 05 . لا يمكن التعرف على اتجاه الفروق لصالح أي من مجموعات النوع ، لأن اختبارات المقارنة البعدية تستخدم لثلاث مجموعات وأكثر ، وليس لمجموعتين كما هو في النوع .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية .<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 19,234<br>289,621<br>308,855 | 2<br>307<br>309 | 9,617<br>0,943 | 10,194 | 0,000 |
| 2- لا يوجد قضاء مستقل<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 0,183<br>276,852<br>277,035 | 2<br>307<br>309 | 0,092<br>0,902 | 0,101 | 0,904 |
| 3-لا يوجد اقتصاد حر<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 7,666<br>294,028<br>301,694 | 2<br>307<br>309 | 3,833<br>0,958 | 4,002 | 0,019 |
| 4- البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية<br>بين المجموعات<br>داخل المجموعات<br>المجموع | 7,688<br>295,760<br>303,448 | 2<br>307<br>309 | 3,844<br>0,963 | 3,990 | 0,019 |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (20)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات الجنسية**

**في الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية العربية الحرة.**

يلاحظ من الجدول رقم (20) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً للمتغيرات (حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية ) ، و ( لا يوجد اقتصاد حر) و (البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية ) ففي المتغير الأول دالت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 000، وفي المتغير الثاني دالت (ف) إحصائياً عند مستوي 0، 019 و في

المتغير الثالث دلت (ف) عند مستوي 0، 019، فمستوي دلالـة ( ف) في المتغـيرات الـثلاث أقـل مـن مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكننا القول عن وجـود فـروق ذات دلالـة إحـصائية بـين مجموعـات الجنسية في هذه الثلاث صعوبات السالفة الذكر ، وأنه يوجد تـأثير لمتغـير الجنـسية عـلى الـصعوبات الثلاث المعنية ، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير الجنسية على متغير صـعوبة ( لا يوجـد قـضاء مـستقل )، لأن مستوي الدلالة لديها أكبر من مستوي المعنوية 0، 05.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-حرية التعبير في مواجهة الحساسيات | | | | | |
| السياسية والثقافية | 1.033 | 4 | 0,258 | 0,256 | 0,906 |
| بين المجموعات | 307,822 | 305 | 1,009 | | |
| داخل المجموعات | 308,855 | 309 | | | |
| 2-لا يوجد قضاء مستقل | | | | | |
| بين المجموعات | 3,200 | 4 | 0,800 | 0,891 | 0,470 |
| داخل المجموعات | 273,836 | 305 | 0,898 | | |
| المجموع | 277,035 | 309 | | | |
| 3- لا يوجد اقتصاد حر | | | | | |
| بين المجموعات | 1,663 | 4 | 0,416 | 0,423 | 0,792 |
| داخل المجموعات | 300,031 | 305 | 0,984 | | |
| المجموع | 301,694 | 309 | | | |
| 4-البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية | | | | | |
| بين المجموعات | 1,568 | 4 | 0,392 | 0,396 | 0,811 |
| داخل المجموعات | 301,880 | 305 | 0,990 | | |
| المجموع | 303,448 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (24)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات العمر في الصعوبات المدن الحرة .**

يلاحظ من الجدول رقم (24) أن قيمة (ف) غير دالـة إحـصائياً في حالـة متغـيرات الـصعوبات التـي تواجه المدن الإعلامية العربية الحرة، وذلـك لأن( مـستوي الدلالـة) لـدي متغـيرات الـصعوبات أكـبر مـن مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العمر في الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير العمر على الصعوبات التي تواجه المدن الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- حرية التعبير في مواجهة الحساسيات | | | | | |
| السياسية والثقافية | 3,048 | 3 | 1,016 | 1,017 | 0,383 |
| بين المجموعات | 305,806 | 306 | 0,999 | | |
| داخل المجموعات | 308,855 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |
| 2- لا يوجد قضاء مستقل | | | | | |
| بين المجموعات | 1,317 | 3 | 0,439 | 0,487 | 0,691 |
| داخل المجموعات | 275,718 | 306 | 0,901 | | |
| المجموع | 277,035 | 309 | | | |
| 3- لا يوجد اقتصاد حر | | | | | |
| بين المجموعات | 2,238 | 3 | 0,746 | 0,762 | 0,516 |
| داخل المجموعات | 299,456 | 306 | 0,979 | | |
| المجموع | 301,694 | 309 | | | |
| 4- البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة | | | | | |
| الإدارية | 1,324 | 3 | 0,441 | 0,447 | 0,725 |
| بين المجموعات | 302,125 | 306 | 0,987 | | |
| داخل المجموعات | 303,448 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (25)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المؤهل في الصعوبات.**

يلاحظ من الجدول رقم (25) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي متغيرات الصعوبات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المؤهل في الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير المؤهل على الصعوبات التي تواجه المدن الإعلامية الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- حرية التعبير في مواجهة الحساسيات | | | | | |
| السياسية والثقافية | 14,433 | 6 | 2,406 | 2,476 | 0,024 |
| بين المجموعات | 294,422 | 303 | 0,972 | | |
| داخل المجموعات | 308,855 | 309 | | | |
| 2-لا يوجد قضاء مستقل | | | | | |
| بين المجموعات | 5,066 | 6 | 0,844 | 0,941 | 0,466 |
| داخل المجموعات | 271,970 | 303 | 0,898 | | |
| المجموع | 277,035 | 309 | | | |
| 3- لا يوجد اقتصاد حر | | | | | |
| بين المجموعات | 11,130 | 6 | 1,855 | 1,934 | 0,075 |
| داخل المجموعات | 290,563 | 303 | 0,959 | | |
| المجموع | 301,694 | 309 | | | |
| 4- البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية | | | | | |
| بين المجموعات | 17,568 | 6 | 2,928 | 3,103 | 0,006 |
| داخل المجموعات | 285,880 | 303 | 0,943 | | |
| المجموع | 303,448 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (26)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المهنة في الصعوبات .**

يلاحظ من الجدول رقم (26) أن قيمة (ف ) دالة إحصائياً للمتغيرين ( حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية ) ، و ( البيروقراطية وتعقيدات

الأجهزة الإدارية ) ففي المتغير الأول دالت(ف) إحصائياً عند مستوي 0، 024، وفي المتغير الثاني دالت (ف) إحصائياً عند مستوي 0، 006 ، فمستوي دلالة (ف ) في المتغيرين أقل من مستوي المعنوية 0، 05 ومن هنا يمكن عن القول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المهنة في هذين المتغيرين ، وأنه يوجد تأثير لمتغير المهنة على المتغيرين المعنيين ، كما أنه لا يوجد تأثير لمتغير المهنة على المتغير ين صعوبة (لا يوجد قضاء مستقل ) و ( لا يوجد اقتصاد حر ) ، لأن مستوي الدلالة أكبر من المعنوية 0، 05.

**د- متغيرات الدراسة في المحور الرابع( مستقبل المدن الحرة ).**

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1-5 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 0,170 | 1 | 0,170 | 0,093 | 0,760 |
| داخل المجموعات | 561,172 | 308 | 1,822 | | |
| 2- 10 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 3,360 | 1 | 3,360 | 2,362 | 0,125 |
| داخل المجموعات | 438,137 | 308 | 1,423 | | |
| المجموع | 441,497 | 309 | | | |
| 3- 20 سنة فأكثر | | | | | |
| بين المجموعات | 3,210 | 1 | 3,210 | 2,392 | 0,123 |
| داخل المجموعات | 413,387 | 308 | 1,342 | | |
| المجموع | 416,597 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

الجدول رقم (29)

يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات النوع في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة

يلاحظ من الجدول رقم (29) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي المتغيرات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات النوع في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير النوع على سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- 5 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 7,391 | 2 | 3,696 | 2,048 | 0,131 |
| داخل المجموعات | 553,951 | 307 | 1,804 | | |
| 2- 10 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 1,873 | 2 | 0,937 | 0,654 | 0,521 |
| داخل المجموعات | 439,623 | 307 | 1,423 | | |
| المجموع | 441,497 | 309 | | | |
| 3- 20 سنة | | | | | |
| الأكثر | 2,532 | 2 | 1,266 | 0,939 | 0,392 |
| بين المجموعات | 414,064 | 307 | 1,349 | | |
| داخل المجموعات | 416,597 | 309 | | | |
| المجموع | | | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

الجدول رقم (30)

يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات الجنسية في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة

يلاحظ من الجدول رقم (30) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي

المتغيرات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الجنسية في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير الجنسية على سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | ستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- 5 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 7,399 | 4 | 1,850 | 1,018 | 0,398 |
| داخل المجموعات | 553,943 | 305 | 1,816 | | |
| 2- 10 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 8,699 | 4 | 2,175 | 1,533 | 0,193 |
| داخل المجموعات | 423,798 | 305 | 1,419 | | |
| المجموع | 441,497 | 309 | | | |
| 3- 20 سنة فأكثر | | | | | |
| بين المجموعات | 1,768 | 4 | 0,442 | 0,325 | 0,861 |
| داخل المجموعات | 414,829 | 305 | 1,360 | | |
| المجموع | 416,597 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (31)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات العمر في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (31) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي المتغيرات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العمر في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير العمر على سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة .

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- 5 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 6,368 | 3 | 2,123 | 1,170 | 0,321 |
| داخل المجموعات | 554,974 | 306 | 1,814 | | |
| المجموع | 561,342 | 309 | | | |
| 2- 10 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 7,944 | 3 | 2,648 | 1,869 | 0,135 |
| داخل المجموعات | 433,553 | 306 | 1,417 | | |
| المجموع | 441,497 | 309 | | | |
| 3- 20 سنة فأكثر | | | | | |
| بين المجموعات | 0,757 | 3 | 0,252 | 0,186 | 0,906 |
| داخل المجموعات | 415,840 | 306 | 1,359 | | |
| المجموع | 416,597 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (32)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المؤهل في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (32) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي المتغيرات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المؤهل في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير المؤهل على سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1- 5 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 13,843 | 6 | 2,307 | 1,277 | 0,268 |
| داخل المجموعات | 547,499 | 303 | 1,807 | | |
| المجموع | 561,342 | 309 | | | |
| 2- 10 سنوات | | | | | |
| بين المجموعات | 13,093 | 6 | 2,182 | 1,543 | 0,164 |
| داخل المجموعات | 428,404 | 303 | 1,414 | | |
| المجموع | 441,497 | 309 | | | |
| 3- 20 سنة فأكثر | | | | | |
| بين المجموعات | 2,751 | 6 | 0,458 | 0,336 | 0,918 |
| داخل المجموعات | 413,846 | 303 | 1,366 | | |
| المجموع | 416,597 | 309 | | | |

* مستوي الدلالة عند (0، 05)

**الجدول رقم (33)**

**يوضح نتائج تحليل تباين (ANOVA)لفرو قات مجموعات المهنة في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة**

يلاحظ من الجدول رقم (33) أن قيمة (ف) غير دالة إحصائياً في حالة متغيرات سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن( مستوي الدلالة) لدي المتغيرات أكبر من مستوي المعنوية 0، 05، فإذاً لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المهنة في سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة ، وبالتالي لا يوجد تأثير لمتغير المهنة على سنوات استمرار تجربة المدن الإعلامية الحرة.

مصادر ومراجع المبحث الثاني

(1) السيد بخيت محمد – الصحافة والإنترنت - ( القاهرة، العربي للنشر 2000م ) ص 99.

*اعتمد الباحث في إعداد الخطوات المنهجية لأسلوب الاستقصاء على المراجع الآتية :-

Frederick F.Stephan and Philip J.McCarthy-Sampling Opinions: An Analysis of Survey procedure- (New York:Wiley ،1967)

سمير محمد حسين- بحوث الإعلام : الأسس والمبادئ ( القاهرة ، عالم الكتب ، 1983م )

* أسماء الدكاترة الذين حكموا الاستمارة الاستبيان

*دكتور فيصل محمود خضر

*الدكتور معتصم عبد اللـه

*الدكتور صلاح محمد إبراهيم

* الدكتور معتصم بابكر

# المبحث السابع

## تحليل ومناقشة  نتائج الدراسة

1. المطلب الأول : تحليل ومناقشة نتائج المعلومات الديموغرافية
2. المطلب الثاني :  تحليل ومناقشة نتائج محاور الدراسة
3. مصادر ومراجع الفصل السابع



## المطلب الأول

## تحليل ومناقشة نتائج المعلومات الديموغرافية

*** النوع**

حظي الذكور العاملون بالمؤسسات الصحفية والإعلامية بأغلبية المشاركين في الدراسة إذ يمثلون 78، 4% من مجتمع البحث ، بينما تمثل الإناث 21، 6% ، كما يشار إلى أن الذكور في إطار الجنسية الواحدة ، شكلوا أعلى نسبة ؛ فالذكور السودانيون بلغت نسبتهم 81، 8% ، وهم أعلى نسبة من الإناث السودانيات اللائى بلغت نسبتهن 18، 2%، وهكذا الحال بالنسبة للذكور من جنسيات أخرى إذ بلغت نسبتهم 80، 5% ، والإناث من جنسيات أخرى 19، 5% ، و بلغت نسبة الذكور الإماراتيين 61، 7% ، والإناث الإماراتيات 38، 3% .

ويعود ذلك لكثرة عنصر الذكور وسبقهم في هذا المجال ، والدخول المتأخر للإناث لمهنة الصحافة؛لأسباب كثيرة متعلقة بثقافة المجتمعات العربية ؛ ونظرتها للمرأة عموماً ؛ والمرأة الصحافية خصوصاً ، الأمر الذي جعل مشاركة المرأة في العمل الإعلامي محدودة، وهذا ما أكدته الدكتور موزه غباش بقولها {إن وضع المرأة العربية عموماً في العمل الإعلامي لم يحظ بالفعل على مشاركة حقيقية ، بسبب نوعية الثقافة السائدة في المجتمع العربي الذي هو مجتمع أبوي ذكوري تتميز العلاقات الاجتماعية فيه بكونها تعمل على تهميش بعض الشرائح الاجتماعية كالمرأة }(1).

ويدعم هذا التحليل تصدر الذكور في الجنسيات المختلفة المرتبة الأولي ، فشكل الذكور السودانيون أعلى نسبة بلغت 60، 9% ، ثم الذكور من جنسيات أخرى بنسبة 27، 2% ، وأخيراً الذكور الإماراتيين بنسبة 11، 9%، بينما شكلت الإناث السودانيات

أعلى نسبة في المشاركة بلغت 49، 3% ، ثم الإناث الإماراتيات بنسبة 26، 9% ، وأخيراً الإناث من الجنسيات الأخرى بنسبة 23، 9% .

وحتى هذا التفاوت في المشاركة بين الإناث يرجع إلى الدخول المبكر للمرأة في العمل الإعلامي في البلاد التي حققت نسبة مشاركة أعلي . و تفوق نسبة الذكور السودانيين على الإماراتيين والجنسيات الأخرى ، سيتم تفصيله في الحديث عن الجنسية . أما عن تفوق نسبة الإماراتيات على الإناث من الجنسيات الأخرى ، يعود لقلة عدد الإناث من الجنسيات الأخرى بمجتمع البحث بدولة الإمارات ، لأن هجرة المرأة العربية مازالت ضعيفة ؛ بسبب العادات والتقاليد العربية المحافظة.

وتكشف الدراسة أن الذكور تركزوا في الفئة العمرية (40-49) بنسبة بلغت 42، 8% ، تليها الفئة العمرية (30-39) بنسبة 32، 1% ، ثم الفئة العمرية (50-59) بنسبة 12، 3% ، ثم الفئة العمرية (20-29) بنسبة 7، 8% ، وأخيراً الفئة العمرية (60 فأكثر ) بنسبة 4، 9% ، بينما تركزت نسبة الإناث بالفئة العمرية (30-39) بنسبة 65، 7% ، تليها الفئة العمرية (20-29) بنسبة 17، 9% ، ثم الفئة العمرية (40-49) بنسبة 14، 9% ، ثم الفئة العمرية (50-59 ) بنسبة 1، 5% ، ولم تسجل أي نسبة بالفئة العمرية ( 60 فأكثر ) ، وهذا يؤكد تفسير الباحث حول الدخول الحديث للمرأة في المجال الإعلامي .

ويسند هذا التحليل ، توزيع النوع ( ذكور وإناث ) على الفئة العمرية الواحدة ، فقد احتل الذكور المرتبة الأولي بنسبة 100% بالفئة (60 فأكثر ) ، دون مقابل أي شئ للإناث ، و نال الذكور نسبة 96، 8% بالفئة (50-59) ، مقابل 3، 2% للإناث ، ونال الذكور نسبة 91، 2% بالفئة (30-39) ، مقابل 63، 9% للإناث ، كما نال الذكور بالفئة (20-29) نسبة 61، 3% ، مقابل 38، 7% للإناث .

و يدعم رؤية الدخول الحديث للمرأة في المجال الإعلامي ممارسة وتعليماً ؛ توزيع ( الذكور والإناث ) على المستوي التعليمي الواحد ؛ إذ نال الذكور المرتبة الأولي في

مستوى ( جامعي) بنسبة بلغت 77، 8% والإناث نسبة 22، 2% ، وفي مستوى ( دراسات عليا ) نال الذكور نسبة 91، 8% ، والإناث نسبة 8، 2% وفي مستوى (دبلوم ) نال الذكور نسبة 67، 4% ، والإناث نسبة 32، 6% ، ونال الذكور نسبة 76، 9% في مستوى ( ثانوي ) والإناث 23، 1% . وهذا تصدر الذكوري للمرتبة الأولي في المؤهلات التعليمية الكبيرة ( جامعي ) و ( الدراسات عليا ) ؛ حجة أخرى على ضعف وجود المرأة في مهنة الإعلام ؛ لحداثة دخولها أيضاً في المجال دراسة الإعلام.

و تتضح صورة جلية عن الدخول الحديث للمرأة في مجال الإعلام ، توزيع (الذكور والإناث ) على مستوى المهنة الواحدة ، حيث نال الذكور نسبة بلغت 100% بمهنة (مدير تحرير )، مقابل (صفر ) للإناث ، وكذلك بمهنة ( مدير عام ) نال الذكور نسبة 100% ، مقابل (صفر ) للإناث ، ونال الذكور أيضاً نسبة 100% بمهنة ( رئيس تحرير ) مقابل (صفر ) للإناث. فهذه المهن الإدارية الإعلامية تتطلب خبرة تراكمية ؛ فلا ريب إن غابت عنها الأنثى لحداثة ولوجها العمل الإعلامي .

و يلاحظ تركز الإناث بمهنة ( صحافي ) بنسبة 28، 5% ومهنة ( رئيس قسم ) بنسبة 18، 9%، ومهنة (مدير إدارة) بنسبة 12، 5% ، وهكذا الحال بنسبة لمهنة ( سكرتير تحرير ) 12، 5% ، و كانت النسبة الأكبر أيضاً للذكور لكثرة عددهم وسبقهم ، فأحرزوا نسبة 71، 5% بمهنة ( صحافي ) ، و81، 1% بمهنة ( رئيس قسم ) ، ونسبة 87، 5% بمهنة ( مدير إدارة ) ، ونسبة 87، 5% بمهنة (سكرتيرتحرير )، وهذه المهن تناسب حديثي الالتحاق بالعمل الصحافي.

*** الجنسية**

يتضح من الدراسة أن السودانيين يشكلون المرتبة الأولى في مجتمع الدراسة ، بنسبة بلغت 58، 4% ، تليهم الجنسيات الأخرى بنسبة 26، 5% ، ثم الإماراتيين بنسبة 15، 2% ، ويعود ذلك لتنوع وتعدد مجتمع الدراسة ، حيث تم طرح صحيفة الاستقصاء

بالسودان ودولة الإمارات العربية المتحدة ، فكان السودانيون ضمن مجتمع الدراسة بالإمارات ، إضافة إلى انفرادهم بمجتمع الدراسة بالسودان ، ويضاف إلى ذلك تفاوت العددية بين مجتمع الدراسة بالسودان والإمارات ، وإن كانت نسبة التمثيل واحدة للصحافيين والقيادات الإعلامية في البلدين.

ويدعم هذا التحليل أن السودانيين نالوا المرتبة الأولي بكافة الفئات العمرية ، ما عدا الفئة العمرية (50-59) التي نالتها الجنسيات الأخرى بنسبة 48، 4% ، وأحرز السودانيون فيها المرتبة الثانية بنسبة 41، 9% وأتت الجنسيات الأخرى في المرتبة الثانية ، ما عدا بالفئة (50-59) التي نالت فيها المرتبة الأولي ، واحتل الإماراتيون المرتبة الثالثة في كل الفئات العمرية.

ويؤكد التحليل أيضاً ؛ ما كشفته الدراسة حول نيل السودانيين المرتبة الأولى في مستوى مؤهل ( جامعي ) بنسبة بلغت 55، 0% ، والجنسيات الأخرى بنسبة 29، 1% ، والإماراتيون 15، 9% ، كما نال السودانيون المرتبة الأولى في مستوى مؤهل ( دراسات عليا ) بنسبة بلغت 46، 9% ، والجنسيات الأخرى بنسبة 36، 7% ، والإماراتيون بنسبة 16، 3% ، والحال كذلك في مستوى مؤهل ( دبلوم ) ، حيث أحرز السودانيون المرتبة الأولى بنسبة 73، 9% ، وبلغت نسبة الإماراتيين والجنسيات الأخرى 13، 0% ، كما نال السودانيون المرتبة الأولى بنسبة 76، 9% في مستوى مؤهل ( ثانوي ) ، والإماراتيون والجنسيات الأخرى نسبة 11، 5% ، حيث لم يسجل أحد مستوى مؤهل ( أقل من ثانوي).

ويلاحظ النسبة المقدرة من حملة الشهادات العليا بالسودان؛ ويرجع ذلك لفتح عدد كبير من الكليات والمعاهد الإعلامية والاجتماعية في التسعينات من القرن الماضي ، فيما يعرف بثورة التعليم العالي ، وكذلك النسبة المقدرة من حملة الشهادات العليا بدولة الإمارات العربية الذين تفوقوا من الناحية العددية على حملة الشهادات الجامعية ؛ مما يعني

الاهتمام بالتأهيل والتعليم من أجل الارتقاء بالصنعة الإعلامية، كما أن وجود نسبة ضئيلة لمستوى (ثانوي ) ، و اختفاء مستوى ( أقل من ثانوي) من مجتمع الدراسة ؛ يؤكد أن العمل الإعلامي لم يعد قائماً على الموهبة فقط ؛ وإنما يحتاج للتعليم والتأهيل والتدريب، من أجل المواكبة التي فرضتها ثورة المعلومات والاتصالات على كافة المجتمعات .

وتكشف الدراسة أن السودانيين نالوا المرتبة الأولى في توزيعهم على المهن المختلفة، مقارنة برصفائهم من إماراتيين وجنسيات أخرى ، وكانت أعلي نسبهم بمهنة ( رئيس تحرير ) حيث أحرزوا نسبة 85، 7% ، تليها مهنة ( مدير تحرير ) بنسبة 75، 0% ، ثم مهنة ( مدير عام ) بنسبة 63، 6% ، و مهنتا ( رئيس قسم ) ، و (سكرتير تحرير ) بنسبة 62، 3% ، ومهنة ( صحافي ) بنسبة 55، 3% ، وأخيراً مهنة ( مدير إدارة ) بنسبة 53، 1% ، كما نال الإماراتيون المرتبة الثانية في عدة مهن ( رئيس قسم ، مدير إدارة ، سكرتير تحرير ، رئيس تحرير ) ، ونالوا المرتبة الثالثة في المهن الأخرى ، ونالت الجنسيات الأخرى المرتبة الثانية في مهن ( صحافي ، رئيس قسم ، سكرتير تحرير ، مدير تحرير) ونالوا المرتبة الثالثة في المهن الأخرى . و تؤكد هذه المعلومات أن السودانيين يشكلون أغلبية في مجتمع الدراسة بشقيه صحافيين وقيادات إعلامية.

*** العمر**

كشفت الدراسة أن الفئة العمرية (30-39) أتت في المرتبة الأولى بنسبة 39، 4% ، تليها الفئة العمرية (40-49) بنسبة 36، 8% ، واشتركت الفئتان (20-29) ، و(50-59) في نسبة واحدة 10، 0%، وأتت الفئة (60 فأكثر ) في الختام بنسبة 3، 9% ، معني ذلك أن النسبة الأعلى للمبحوثين في عمر الشباب والكهولة ، وهي الفئة ذات التأثير والمتطلعة للمستقبل والمهاجرة .

ويسند ذلك أيضاً ، أن الفئة العمرية (30-39) نالت المرتبة الأولى في مستوى (جامعي) ، ومستوى ( دبلوم ) وأن الفئة العمرية (40-49) نالت المرتبة الأولى في

مستوى ( دراسات عليا ) ، وأن الفئة العمرية ( 60 فأكثر ) نالت المرتبة الأولى في مستوى ( ثانوي ) ، كما كشفت الدراسة أن الشباب هم الذين يتولون قيادة العمل الإعلامي في السودان ودولة الإمارات العربية المتحدة ، حيث نالت الفئة العمرية (30-39) المرتبة الأولى في مهنة ( صحافي ، رئيس قسم ) ، وأن الفئة (40- 49 ) نالت المرتبة الأولى في مهن ( مدير إدارة ، سكرتير تحرير ، مدير عام ، (مدير تحرير) ، بينما الفئة العمرية(60 فأكثر ) نالت المرتبة الأولى في مهنة ( رئيس تحرير) .

*** المؤهل**

يتضح من الدراسة أن مستوى مؤهل ( جامعي ) نال المرتبة الأولى بنسبة 61، 0% ، يليه مؤهل ( دراسات عليا ) بنسبة 15، 8% ، وفي المرتبة الثالثة مؤهل ( دبلوم ) ، وفي المرتبة الرابعة مؤهل (ثانوي ) بنسبة 8، 4% ، بينما سجل مؤهل ( أقل من ثانوي ) صفراً.

ويلاحظ من هذه الأرقام التطور التأهيلي الذي يعيشه الكادر الإعلام العربي ؛ حيث النسبة المقدرة من حملة الشهادات الجامعية والعليا ، و النسبة الضئيلة لمستوى ( ثانوي) ، واختفاء مستوى(أقل من ثانوي) من مجتمع الدراسة ، مما يؤكد أن التعليم العالي أصبح شرطاً ضرورياً للولوج إلى مهنة الإعلام ؛ عكس ما كان سائداً عند البدايات الأولى للصحافة في العالم العربي .

ويدعم هذا الاتجاه في الاهتمام بالتعليم والتأهيل ؛ أن الصحافيين الذين يحملون المؤهل (جامعي ) بلغت نسبتهم 57، 0% ، والذين يحملون مؤهل (دبلوم ) بلغت نسبتهم 19، 6% ، والذين يحملون مؤهل (دراسات عليا ) بلغت نسبتهم 14، 0% والذين يحملون مؤهل (ثانوي ) بلغت نسبتهم 9، 5% ، ولا أحد من الصحافيين يحمل مؤهل ( أقل من ثانوي ) ، كما بلغت نسبة حملة المؤهل (جامعي ) من رؤساء الأقسام 75، 5% ، والذين يحملون مؤهل (دراسات عليا ) 18، 9% ، والذين يحملون مؤهل (ثانوي ) 3، 8% ، و الذين يحملون مؤهل ( دبلوم ) 1، 9% ، و بلغت نسبة حملة المؤهل

(جامعي) من سكرتيري التحرير 68، 8% ، والذين يحملون المؤهل (دراسات عليا ، ودبلوم ) بلغت نسبتهم 12، 5% والذين يحملون مؤهل (ثانوي ) 6، 3% ، وبلغت نسبة حملة المؤهل (جامعي ) من مديري التحرير 50، 0% ، والذين يحملون مؤهل ( دراسات عليا ، و دبلوم ) بلغت نسبتهم 25، 0% ، ولم يسجل أحد من مديري التحرير أنه يحمل مؤهل (ثانوي ) ، وهكذا الحال بالنسبة للمهن الأخرى.

***المهنة**

تكشف الدراسة أن الصحافيين نالوا المرتبة الأولى في مجتمع البحث بنسبة بلغت 57، 7% و في المرتبة الثانية أتي رؤساء الأقسام بنسبة 17، 1% ، وفي المرتبة الثالثة مديري الإدارات بنسبة 10، 3%، وفي المرتبة الرابعة سكرتيري التحرير بنسبة 5، 2% ، وفي المرتبة الخامسة مديري التحرير بنسبة 3، 9%، وفي المرتبة السادسة أتى المديرون العامون بنسبة 3، 6% ، وفي السابعة رؤساء التحرير بنسبة 2، 3% .

وتعود النسبة الكبيرة للصحافيين الممثلين في الدراسة ؛ لكبر حجم مجتمعهم . كما أن القيادات الإعلامية تمثل الصفوة في المجتمع الإعلامي ؛ ولذلك لا يمكن أن يكون حجم مجتمعها كمجتمع الصحافيين ، وبالتالي ينعكس على تمثيلها، ويلاحظ وجود تقارب بين نسب القيادات الإعلامية ؛ مما يخلق تجانساً كبيراً يفيد الدراسة .

## المطلب الثاني

## تحليل ومناقشة نتائج محاور الدراسة

**أولاً: مناقشة وتحليل (المحور الأول ) أهمية وأهداف المدن الحرة**

كشفت الدراسة أن 91، 0% ، من المبحوثين قالوا إن هناك حاجة للمدن الإعلامية العربية الحرة ، وأن 0، 3% فقط ، هم الذين قالوا لا حاجة لها ، بينما أجاب 8، 7% ب(لا أدري) .

وهذه النسبة العالية – من الذين عبروا بوجود حاجة للمدن الحرة- تؤكد أن المجتمعات العربية تصحو من ثبات ، وتتلمس المواكبة للتطورات المهولة في عالم الاتصالات والمعلومات ؛ التي قادت التي تحولات الكبيرة في شتى أنحاء العالم في العقد الأخير من القرن العشرين و شملت مناحي الحياة المختلفة، والتي انعكست على الحياة الاقتصادية والسياسية والإعلامية والثقافية في العالم العربي ، وأفرزت هذه الظاهرة المسمى بالمدن الإعلامية الحرة ؛ والتي بالطبع سيكون لها تأثيرها على مستقبل الإعلام في العالم العربي خاصة.

ويتضح من الدراسة أن هدف ( جذب الاستثمارات الإعلامية ) يشكل المرتبة الأولى في دوافع إنشاء المدن الإعلامية العربية الحرة بعدد 172 بنسبة 55، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 99بنسبة 31، 9% (موافق)، في حين لم يقل أحد أنه ( غير موافق جداً ) ، وقال عدد 8 بنسبة 2، 6% ( غير موافق ) ، مقابل عدد 31بنسبة 10، 0% قال (لا يدري)، كما أنه يوجد فرق دال لهذا الهدف في متغير العمر عند مستوي 0، 009 ، و باستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوي 0، 024لصالح الفئة العمرية ( 40-49 )، كما أنه دال في متغير المؤهل التعليمي عند مستوي 0، 011 ،

وباستخدام اختبار (شـفيه ) للمقارنـة البعديـة ؛ وُجـد إنـه دال عنـد مـستوي 0، 034 لـصالح المؤهـل (جامعي ) ، كما أنه دال في متغير المهنة عند مـستوي 0، 009، وباسـتخدام اختبـار(شـفيه) للمقارنـة البعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 007 لصالح مهنة رئيس قسم .

أي أن هناك تأثيراً من فئة عمرية ناضجة(40-49) ، ومن مستوى تعليمي رفيع (جامعي) ومن خبرة مهنية تراكمية في مجال الإعلام(رئيس قسم) ؛ لاختيار هدف (جذب الاستثمارات الإعلامية ) عـلى قمة أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة ، وذلك لأن جذب الاستثمارات له فوائد كثيرة عـلى العمـل الإعلامي ؛ إذ يخرجه من مفهومه التقليدي ، ويضعه على طريق التحرير والتنافس ، بجذب الشركات الإعلامية التي تساهم في الارتقاء بالصنعة الإعلامية . ويجعل من هذه المناطق قاعدة صـناعية للإنتـاج والبث والنشر والتوزيع .

وجذب الاستثمارات الإعلامية يمثل نقلة لها دلالتها في تدعيم وجود هذه الـدول عـلى الخريطـة الإعلامية العربية ، ويؤكد ريادتهـا في هـذا المجـال ، ويحـكي عـن نفوذهـا الـسياسي في المنطقـة ؛ لأن وسائل الإعلام تعني بالدرجة الأولى النفوذ السياسي . أما هدف ( أداة للـترويج الاقتـصادي ) فقـد أتي في المرتبة الثانية ، بعدد147 بنسبة 47، 4% (موافـق جـداً ) ، وعـدد 106 بنـسبة 34، 2%(موافـق )، وقال عدد واحد بنسبة 0، 3% (غير موافق جداً ) ، وعـدد 15بنـسبة 4، 8% ( غـير موافـق ) ، مقابـل عدد 41بنسبة 13، 2% قال ( لا أدري ) ، كما أنه يوجد فرق دال في متغير المهنة عند مـستوى 0، 030 ، وباستخدام اختبار ( توكي ) للمقارنة البعدية ؛ وجد أنه دال عند مـستوى 0، 035 لـصالح مهنـة (مدير إدارة ) .

ويوجد تأثير من فئة تمتلك الخبرة-مدير إدارة - الإعلامية والـصحفية ، لاختيـاره الهـدف الثـاني مــن أهــداف إنــشاء المــدن الحــرة ، فوســائل الإعــلام قامــت بــدورين أساســيين في

المنظومة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العالمية في العقدين الأخريين من القرن العشرين .

فالدور الأول : هو الاقتصادي ؛ حيث تلعب وسائل الإعلام فيه محركاً مهماً ، فأصبحت العولمة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية هائلة ومتنامية ؛ خاصة في ظل اقتصاد المعلومات الذي أصبح سمة أساسية للاقتصاد العالمي.

أما الدور الثاني: هو الأيديولوجي الذي يوفر بيئة معلوماتية وأيديولوجية لدعم الأسس السياسية والاقتصادية والمعنوية لتسويق السلع والخدمات وتطوير نظام اجتماعي قائم على تحقيق الربح عبر الثقافات الوطنية المختلفة .

ثم إن هدف (أداة الترويج الاقتصادي ) يعني انطلاق الشركات والمؤسسات الإعلامية التي ستسهم في دعم الكيان الاقتصادي للدولة . ووجود الإعلام بصورة مكثفة عملية ذكية جداً يضمن استيعابه في الترويج الاقتصادي ؛ بدلاً من استمالته مرة واحدة في السنة ، الأمر الذي أكده المدير التنفيذي لمدينة دبي للإعلام {وجدت دبي انطلاقاً من سعيها وراء استكمال دورها الريادي في المنطقة العربية ، وتتميماً لمنظومة رؤية التحول الاقتصادي للدولة ، الأخذ بالمبادرة في إنشاء المدينة الحرة}(1). معنى ذلك استغلال الإعلام في دفع عجلة الاقتصاد، وهذا الذي حصل حيث احتلت مدينة دبي للإعلام مكاناً متقدماً في المنطقة على صعيد تكنولوجيا المعلومات خاصة بعد إنشائها مدينة دبي للإنترنت التي تشكل منطقة حرة للتجارة الإلكترونية ، {فتوجد فيها اليوم نحو ألف شركة إعلامية ، فضلاً عن أنها توظف 25ألف عامل }(2) . وبل لعبت مدينة دبي الإعلام دوراً مهماً في إنعاش الحركة السياحية للإمارة الصحراوية من خلال احتضانها لمهرجانات إعلامية وسينمائية عربية ودولية . وفي مصر تعتبر المدن الإعلامية من روافد الاقتصاد المصري حيث { بلغت قيمة الاستثمارات ما يزيد عن 300مليون دولار في عام

2004م، واستطاعت أن توفر فرص عمل جديدة لقطاعات كبيرة من المهنيين و الفنيين وإكسابهم خبرات }(3).

و أتى هدف ( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي ) في المرتبة الثالثة بعدد 139بنسبة 44، 8% ( موافق جداً ) ، وعدد 86 بنسبة 27، 7% ( موافق ) ، مقابل 1 بنسبة 0، 3% (غير موافق جداً ) ، وعدد 24بنسبة 7، 7% (غيرموافق ) ، وقال عدد 60بنسبة 19، 4% ( لا أدري ) كما أنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 034، وباستخدام اختبار ( توكي ) للمقارنة البعدية وُجد أنه دال عند مستوى 0، 025لصالح الفئة العمرية (40-49).

هناك تأثير من الفئة ناضجة(40-49) ومتطلعة لمستقبل أفضل في اختيار هدف( تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي ) كأحد الأهداف الدافعة لإنشاء المدن الإعلامية العربية الحرة، وخاصة إنه هدف قديم وحيوي ومهم تسعى إليه الدول العربية منذ أمد طويل . وصار هذا الهدف بعد ثورة الاتصالات والمعلومات التي تسعي إلى عولمة النشاط الإعلامي ؛ أكثر ضرورة وأهمية وحفظاً{للمصالح الوطنية ، وحماية للاقتصاديات الطبقة الوسطي ، و قدرات المجتمعات المحلية في الإبداع والابتكار في ظل المنتجات الثقافية الجاهزة }(4) ، وخاصة أن العالم العربي يعيش مرحلة عولمة الرسالة الإعلامية - بعد سقوط الحواجز - بتأثيراتها السياسية والثقافية ، ولذا تعتبر المدن الإعلامية العربية الحرة أرض صالحة؛ لتقديم ما يناسب المشاهد العربي، و يسد احتياجاته المعرفية والثقافية والترفيهية؛ ويكفيه ظاهرة عولمة النشاط الإعلامي . وإن كان هذا الهدف ليس من الأولويات ، أي في المرتبة الثالثة .

أما هدف ( تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية العربية ) أتي في المرتبة الرابعة بعدد 125وبنسبة 40، 3% ( موافق جداً ) ، وعدد 109بنسبة 35، 2% ( موافق) ، فيما قال عدد 8بنسبة 2، 6% (غير موافق جداً ) ، وعدد 25بنسبة 8، 1% ( غير موافق) ، مقابل

عدد 43بنسبة 13، 9% قال ( لا أدري) ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0، 05 للمتغيرات في هدف تصحيح الممارسة الإعلامية العربية .

ويُفسر عدم وجود الفروق ذات الدلالة في المتغيرات ؛ بتماثل آراء وانطباعات المبحوثين حول الهدف المعنى ؛ ومرد ذلك في نظر الباحث أن المبحوثين يعيشون ظروفاً متشابهة في العمل ، و يعيشون بيئة وطنية عربية متقاربة ؛ في النواحي الإعلامية والسياسية ؛ أدي إلى التوحد بينهم في الرأي؛ حول أن تصحيح أخطاء الممارسة الإعلامية؛ ليس من أولويات المدن الإعلامية العربية الحرة. وإن كان قد يأتي في مرحلة متأخرة .

أما هدف ( تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير وامتصاصها ) يأتي في المرتبة الأخيرة بعدد 55بنسبة 17، 7% ( موافق جداً ) ، وعدد 73بنسبة 23، 5% ( موافق ) ، مقابل عدد 21بنسبة 6، 8% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 79بنسبة 25، 5% (غير موافق ) ، وعدد82 بنسبة 26، 5% قال ( لا أدري) كما أنه دال في متغير العمر عند مستوى0، 046، وباستخدام اختبار ( أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى0، 013 لصالح المؤهل التعليمي ( دراسات عليا ) .

و تشير هذه النتيجة إلى تأثير فئة مؤهلة في اختيار الهدف المعني ، وهذه الفئة نظرتها للمدن الحرة في ظل غياب الإصلاح الكامل للأوضاع السياسية والاقتصادية العربية ، إنما قصد به تشتيت الضغوط الداخلية الشعبية المتصاعدة والعالمية المطالبة بالتغيير في العالم العربي ؛ في ظل ثورة الاتصالات وتكنولوجيا البث الفضائي والاتصال عبر الإنترنت ، التي مكنت الفرد من الحصول على المعلومات لمعرفة ما يدور في العالم . ولكن يظل الهدف المعنى - رغم تزكيته من هذه الفئة العالية التأهيل ( دراسات عليا ) - في مرتبة متأخرة من اهتمامات الدول المضيفة لتجربة المدن الحرة .

**أ- مناقشة نتائج أنشطة المدن الحرة**

يلاحظ أن نشاط ( البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي عبر الأقمار ) أتي في المرتبة الأولى بعدد 162 بنسبة 52، 3% ( موافق جداً )، وعدد 108 بنسبة 34، 8% ( موافق )، مقابل عدد صفر ، بنسبة صفر ( غير موافق جداً ) ، وعدد 12بنسبة 3، 9% ( غير موافق)، وفضل عدد 28بنسبة 9، 0% القول ( لا أدري )، وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 002، وباستخدام اختبار (شفيه) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 004 ، لصالح( الجنسية السودانية) ، كما أنه غير دال في المتغيرات الأربعة الأخرى.

يوجد تأثير من الجنسية السودانية على اختيار هذا النشاط ، وهذا الاختيار جاء موفقاً ؛ لأنه يناسب المرحلة الحالية التي تعيشها المدن الإعلامية العربية الحرة ؛ حيث أنها في مرحلة استقطاب الشركات الإعلامية ، لكي تبدأ بث إرسالها؛ وهي المرحلة الاختبار في العمل . وهذا الأمر أكده عبد الحميد جمعه الرئيس التنفيذي لمدينة دبي للإعلام بقوله؛{شهدنا نمواً ملحوظاً في الطلب من قبل المؤسسات التلفزيونية خلال الفترة الماضية ، والتي وصل عددها بمدينة دبي للإعلام إلى 40مؤسسة يصدر عنها أكثر من 80محطة تلفزيونية ؛ تتنوع ما بين عامة وإخبارية ومتخصصة }(5)، كما بلغ عدد المحطات الفضائية العاملة بالمدينة الإعلامية بالأردن 30 محطة تلفزيونية ، ويتوقع أن تصل قبل نهاية عام2006 إلى أكثر من 100محطة ، ويقول راضي ألخص مدير عام شركة المدينة الإعلامية الأردنية أن {المرحلة الحالية تتمثل في التركيز على البث أكثر من الإنتاج الدرامي الذي هو خطتنا القادمة }(6).

وأتي في المرتبة الثانية نشاط (تقديم خدمات الإعلان والدعاية والعلاقات العامة ) وذلك بعدد 153بنسبة 49، 4% ( موافق جداً ) ، وعدد 116بنسبة 37، 4% ( موافق ) ، مقابل عدد 3بنسبة 1، 0% (غير موافق جداً ) ، عدد 3 بنسبة 1، 0% ( غير موافق ) ،

وفضل 35بنسبة 11، 3% قول ( لا أدري) وأنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 05، وباستخدام اختبار (شفيه) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 007 لصالح الفئة العمرية (40-49) ، بينما تماثلت الآراء والانطباعات في المتغيرات الأخرى .

يوجد تأثير من فئة عمرية ناضجة ومدركة لأهمية الإعلان بالنسبة لوسائل الإعلام، وأهمية العلاقات العامة في ظل العصر الذي نعيشه . وكذلك جاء هذا النشاط في الأولوية لأنه خدمي لا يتأثر كثيراً بمعوقات العمل التي تحول دون وجوده ؛ ولا يحتاج إلى رأس مال ضخم ، ولذلك فهو أكبر القطاعات الموجودة بمدينة دبي الإعلام؛ فقد بلغت نسبته 28% من إجمالي شركات المدينة . وأن أكثر الفئات تأثيراً في اختياره الفئة العمرية الناضجة(40-49) وذات الأكثرية في العدد .

وفي المرتبة الثالثة أتي نشاط ( تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية) ، وذلك بعدد 160وبنسبة 51، 6% ( موافق جداً ) ، وعدد 97بنسبة 31، 3% ( موافق ) ، مقابل عدد صفر ونسبة صفر ( غير موافق جداً ) ، وعدد 12بنسبة 3، 9% (غير موافق ) ، وفضل عدد 41بنسبة 13، 2% القول (لا أدري ) ، وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 006، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 004 لصالح الجنسية السودانية ، كما أنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 050، وباستخدام اختبار (أقل فرق دال)، للمقارنة البعدية وُجد أنه دال عند مستوى 0، 007 لصالح الفئة العمرية (40-49) ، فيما لم يكن دال في متغيرات الأخرى.

و يوجد تأثير من فئة عمرية(40-49) ناضجة على اختيار هذا النشاط ؛ لأن المدن الحرة مازالت في طور التجربة الأولى باستقطاب المحطات الفضائية، فمشروعات المدن الحرة في بدايتها ، وهناك مشروعات- المشروع الأردني- لم تجز حتى الآن قوانينها المنظمة لها. ولذلك فإن تأسيس محطات فضائية وإذاعية ومعلوماتية دون رسوخ التجربة ،

واستبانت الكيفية التي يسير بها العمل ، عبر القنوات المستقطبة ، مغامرة غير محسوبة العواقب ، ومن هنا كان الترتيب الثالث في اختيار هذا النشاط من قبل المبحوثين .

وأتي في المرتبة الرابعة نشاط ( الإنتاج الفني للمواد الإعلامية ) ، وذلك بعدد 131وبنسبة 42، 3% ( موافق جداً ) ، وعدد 112بنسبة 36، 1% ( موافق ) ، مقابل عدد صفر ونسبة صفر (غيرموافق جداً ) ، وعدد 3 بنسبة 1، 3% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 64بنسبة 20، 6% ( لا أدري ) وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 039، وباستخدام اختبار (توكي ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 019، لصالح مهنة ( رئيس قسم ).

ويوجد تأثير من مهنة-رئيس قسم- اكتسبت خبرة تراكمية في مجال العمل ، فرؤيتها مقدرة ، وإن أتي هذا النشاط في المرتبة الرابعة ، لتعلقه بحيثيات كثيرة ؛ منها تهيئة المناخ المناسب ، واستقطاب المبدعين ، وغيرها من الظروف الداعمة للإنتاج الفني للمواد الإعلامية .

و نشاط (التعليم والتدريب والتأهيل ) أتي في المرتبة الخامسة ، بعدد129 وبنسبة 41، 6% (موافق جداً ) ، وعدد 124بنسبة 40، 0% ( موافق ) ، مقابل عدد صفر ونسبة صفر ( غير موافق جدا)، وعدد 13بنسبة 4، 2% ، وفضل عدد44 بنسبة 14، 2% القول ( لا أدي) ، وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 003، وباستخدام اختبار (شفيه) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 021، لصالح مهنة (رئيس قسم ).

يوجد تأثير من مهنة رئيس قسم ذات الخبرة العملية، والملمة في نفس الوقت بواقع الإعلام العربي ، وتدرك أهمية التأهيل والتدريب في الارتقاء بالصنعة الإعلامية ، وإن كان أتي هذا النشاط في مرتبة متأخرة ؛ لأنه يحتاج إلى تحضير كبير وجيد، فمسألة إنشاء أكاديمية أو كلية للتعليم أو التدريب؛ وتوفير الكادر التعليمي المؤهل ؛ الذي يقوم بالتعليم والتدريب ؛ ليس بالأمر السهل الذي يتم بين عشية وضحاها . وإن كانت بعض

المدن الإعلامية شرعت في ذلك؛ كمساهمة مدينة دبي للإعلام في مشروع قرية ( المعرفة ) عبر مشروع (الأكاديمية الإعلامية ) ، وكذلك (أكاديمية علوم الاتصال ) بالمدينة الإعلامية بمصر .

وأتي نشاط ( إنشاء دور الطباعة ) في المرتبة السادسة ، بعدد 100و نسبة 32، 3% ، (موافق جداً) وعدد 116بنسبة37، 4% (موافق ) ، مقابل عدد 1بنسبة 0، 3( غير موافق جداً ) ، عدد 16بنسبة 5، 2% (غير موافق ) ، وفضل عدد 77بنسبة 24، 8% ( لا أدري ) ، وقد تماثلت آراء وانطباعات المبحوثين بشأن هذا النشاط .

وأتي هذا النشاط في المرتبة الأخيرة؛ لأن استراتيجية المدن الإعلامية المعلنة ؛ لا تهدف إلى جذب الصحف المحلية إليها ولا إلى إصدار صحف جديدة لتنافس الصحف المحلية القائمة ، ولكنها تحاول جذب الصحف والمطبوعات العالمية حتى تقيم لها قاعدة صناعية في المدينة المعنية ، لتعطي دفعة لسوق الطباعة والنشر بالدولة ، وتمثل قاعدة توزيع لتلك الصحف إلى بقية أنحاء المنطقة والعالم .

**ب- تحليل ومناقشة نتائج الحرية الإعلامية بالمدن الحرة**

كشفت الدراسة أن 71، 0% أجابوا ( بنعم ) بأن المدن الإعلامية العربية الحرة ستوفر الحرية لوسائل العاملة بها ، مقابل 20، 3% أجاب ( لا ) ، وفضل (8، 7% ) الإجابة ( لا أدري ) ، وهذه نسبة مقدرة ، ولكن لابد من معرفة نوع الحرية التي توفرها؛ حيث تبين أن الحرية التي توفرها (حريةمقيدة بضوابط ) ، وذلك بعدد 160وبنسبة 51، 6% ( موافق جدا) ، وعدد 60وبنسبة 19، 4% (موافق) مقابل عدد 3بنسبة 1، 3% (غير موافق ) ، وعدد 60 بنسبة 19، 4% (موافق ) ، وفضل عدد 27 بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري ) ، وانه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 012، وباستخدام اختبار ( شفيه) للمقارنة البعدية ؛ وُجد انه دال عند مستوى 0، 020لصالح الجنسية السودانية ، ولم يكن دالاً في المتغيرات الأخرى.

أما ( الحرية المسؤولة ) أتت في المرتبة الثانية بعدد 74وبنسبة 23، 9% ( موافق جدا)، وعدد 146بنسبة 47، 1% ( موافق ) ، مقابل عدد 58بنسبة 18، 7% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 5بنسبة 1، 6% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 27بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 032، وباستخدام اختبار ( أقل فرق دال ) ، للمقارنة البعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 023 لصالح الجنسية السودانية ؛ ولم يكن دالاً في المتغيرات الأخرى . ومعني ذلك تماثلت آراء وانطباعات الإماراتيين والجنسيات الأخرى بشأن هذا المتغير ؛ ومرد ذلك يكون لبيئة العمل الواحدة التي تؤدي إلى تلاقح وتكامل الآراء والتوجهات .

إن تأثير الجنسية السودانية في اختيار هذين النوعين من الحرية ، على حسب تفسير الباحث يرجع لاهتمام السودانيين ومتابعتهم اللصيقة للسياسة والصحافة والإعلام محلياُ وإقليمياً ودولياً، أما بالنسبة للإقرار بأن المدن الحرة توفر ( حرية مقيدة بضوابط ) في المرتبة الأولى ؛ مرده إلى ما ذُكر من ضوابط في قوانين المدن الإعلامية في دبي ومصر والأردن ، حيث هناك شبه إجماع بين المدن الثلاث ، على منع عمل وسائل الإعلام التي تمولها الأحزاب ، والجهات السياسية ، أو الحكومية ، أو ذات الصبغة الدينية أو الطائفية، ومنع المواد التي تتعرض لدول شقيقة و تتدخل في شؤونها بالإساءة ، وهذا معني فضفاض ، فما الإساءة ؟ وما حدودها ؟ وما الفرق بينها وبين النقد ؟ كما تم وضع ضوابط بشأن الترخيص الممنوح ، حيث منع التنازل منه إلا بموافقة الجهة الصادر منها ، وتحديد رأس مال لأنشطة بث القنوات العامة والمتخصصة . وهذه الضوابط تشابه إلى حد كبير ما هو موجود في قوانين الإعلام والاتصالات المعمول بها خارج المدن الحرة بالدول العربية ؛ رغم القول بالقوانين الخاصة التي تكفل الحرية داخل المدن الحرة ؛ و أن المدن الحرة دولة داخل دولة .

ج- تحليل ومناقشة نتائج  قبول الوضع العربي للمدن الحرة

كشفت الدراسة أن 68، 4% من المبحوثين قالوا ( نعم ) أن الوضع السياسي العربي سوف يسمح لتجربة المدن الإعلامية الحرة ،  فيما قال 20، 0% أنه لا يسمح لها ،  وفضل 11، 6% الوقوف في الحياد بعدم المعرفة ( لا أدري ) .  وهذه نسبة كبيرة ، يجب معرفة الأسباب التي استند عليها هؤلاء في قولهم أن الوضع العربي بكل إشكالياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ سيسمح لتجربة المدن الإعلامية الحرة بالنمو والاستواء على السوق .

فقد اتضح من الدراسة أن المناخ الدولي الذي يشجع على الحرية ،  نال المرتبة الأولى بعدد 100وبنسبة 32، 3% ( موافق جداً ) ،  وعدد 112بنسبة 36، 1% ،  مقابل عدد 16 وبنسبة 5، 2% (غيرموافق جداً ) ،  وعدد 46بنسبة 14، 8% ( غير موافق ) ،  وقال عدد 11بنسبة 11، 6% قول ( لا أدري)  وأنه دال في متغير العمر عند مستوي 0، 018،  وباستخدام اختبار (شفيه) للمقارنة البعدية، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 045،  لصالح الفئة العمرية (20- 29) ،  بينما لم يكن دالاً في المتغيرات الأخرى . معني وجود تأثير من فئة العمرية (20-29) على اختيار هذا السبب.

ونيل سبب ( المناخ الدولي يشجع على الحرية ) المرتبة الأولى ،  بدعم من فئة عمرية شابة يؤكد التطلع العربي نحو عهد جديد ،  كما يشير إلى مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد أولويات الشباب ، الذين تبين أنهم يساندون حملة ترويج الحرية في العالم العربي ؛ والتي فرضت نفسها ؛  كجزء من السياسة الدولية؛ بعد أحداث 11سبتمبر 2001م ،  و البرامج المطروحة ،  حيث  (مبادرة الشراكة الأمريكية – الشرق أوسطية ) لإحلال الديمقراطية في بلدان الشرق الأوسط بتطبيق مقترحات تقرير التنمية البشرية في الدول العربية لعام 2002م ؛ والمنادية بخلق تصور استراتيجي يمكن أن يصبح القوة الدافعة لإعادة هيكلة العالم العربي من الداخل ،   بإشاعة  التعددية السياسية والاقتصادية،

وكفالة الحريات ، وسيادة حكم القانون ، وكذلك مبادرة الشرق الأوسط الكبير التي صُممت بغرض دعم الإصلاحات الاقتصادية والسياسية والتعليمية ، بالإضافة إلى تعزيز مكانة المرأة ودورها في المنطقة ، ودعم للقطاع الخاص في الدول العربية ، والمؤسسات الأكاديمية ، ومراكز الدراسات والفكر ، والمنظمات غير الحكومية وغيرها من قطاعات المجتمع المدني .

ويضاف إلى ذلك التحرك الذي أعلنته مجموعة الشراكة ( الأوروبية- المتوسطية ) للاحتواء الاقتصادي والاجتماعي في المنطقة ، حيث نادت بعد عشر سنوات من إعلان برشلونه؛ ضرورة إلزام الموقعين بتنمية حكم القانون والديمقراطية في أنظمتهم السياسية، وقالت إن التحرير الاقتصادي ليس بديلاً عن السياسات التي ترمي إلى تشجيع التطور الديمقراطي ، كمكون ضروري لقيادة التغيير .

أما سبب ( طرح برامج إصلاحية سياسية واقتصادية عربية ) ، بعدد81 وبنسبة 26، 1% (موافق جداً ) ، وعدد 131بنسبة 42، 3% ( موافق ) ، مقابل عدد 17بنسبة 5، 5% ( غيرموافق جداً) وعدد 45بنسبة 14، 5% (غير موافق ) ، وفضل عدد36 بنسبة 11، 6% القول ( لا أدري ) ، ولا توجد فروق دالة في المتغيرات جميعها ؛ وذلك لأن المبحوثين تجمعهم ظروفاً متشابهة بشأن العمل في البيئة الإعلامية العربية ، ورؤية متقاربة بشأن الوضع السياسي العربي ، مما يجعل تماثل آراء هم وانطباعاتهم أمراً طبيعياً ؛ بشأن طرح برامج إصلاحية سياسية واقتصادية عربية.

ويأتي هذا السبب في المرتبة الثانية والأخيرة لعدم توفر الثقة في القيادات السياسية العربية لتمرير العملية الإصلاحية من الداخل ، كما دلت التجارب السابقة والتباطؤ في التجربة الحالية . ويضاف إلى ذلك الطريقة التي وصل بها هؤلاء الحكام إلى السلطة أو الكيفية التي يديرون بها بلدانهم .

د- تحليل ومناقشة نتائج أهمية وفوائد المدن الحرة للمجتمعات العربية

اتضح من الدراسة أن نسبة 87، 7% يقولون بأهمية المدن الإعلامية الحرة للمجتمعات العربية، فيما تقول نسبة 3، 5% ، بعدم الأهمية ، والتزمت نسبة 8، 7% ا لحياد ( لا أدري ) ، والنسبة التي قالت بأهمية المدن الإعلامية للمجتمعات العربية كبيرة جداً .

وتتمثل فوائد المدن الإعلامية العربية الحرة للمجتمعات العربية في ( توفير المزيد من الشفافية ) في المرتبة الأولى بعدد118 وبنسبة 38، 1% ( موافق جداً ) ، وعدد 143بنسبة 46، 1% (موافق ) ، مقابل عدد 2 بنسبة 0، 6% ( غير موافق جدا) ، وعدد 11بنسبة 3، 5% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 36بنسبة 11، 6% القول ( لا أدري ) ، وانه دال في متغير في النوع عند مستوى 0، 032، انه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 049، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 050 لصالح الجنسية السودانية .

يوجد تأثير من الجنسية السودانية حول فوائد المدن الحرة في توفير المزيد من الشفافية، وذلك لاهتمام السودانيين بالحكم وقضاياه ، وهم الذين قادوا ثورتين شعبيتين في القرن الماضي من أجل الشفافية والحرية ومنع الفساد ، ولذلك يساندون أي دعوة يلمحون أنها توفر شئ من الحرية ، وخاصة أن الشفافية تعني التصرف بطريقة مكشوفة ، و تقوم على التدفق الحر للمعلومات .

فوجود المؤسسات والشركات الإعلامية بالمدن الحرة ؛ وما تقوم به من عمل ؛ يدفع بعجلة تحقيق الشفافية ويسلط الأضواء على كافة الأدواء بدول المنشأ، فتنهض حركة الإصلاح الإداري والاقتصادي والسياسي، فيُحارب الفساد بكل أشكاله وأنواعه.

وفي المرتبة الثانية فائدة (تشجيع المزيد من التدفق الإعلامي العربي – العربي ) بعدد 135وبنسبة 43، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 107بنسبة 34، 5% ( موافق ) ، مقابل

عدد 2بنسبة 0، 06،   (غيرموافق جـداً ) ،  وعـدد 15بنـسبة 4، 8% ( غـير موافـق ) ،  وفـضل عـدد51 بنسبة 16، 5% قول ( لا أدري)   و لا توجد فروق دالة في المتغيرات جميعهـا ؛ لأن المبحـوثين تجمعهـم رؤية واحدة بشان التطورات الإعلامية في العالم العربي والمتعلقة بالتبادل الإعلامي العربي – العربي .

أن التدفق الإعلامي العربي – العربي أصبح أكثر أهمية وضرورة في ظل ثـورة الاتـصالات وغـزو ( الفضائيات ) ؛ لأن هناك ثقافة العو لمة التي تـسعى إلى صـياغة ثقافـة كونيـة شـاملة تغطـي مختلـف جوانب النشاط الإنساني ،  كما أنها تتطلع في ذات الاتجاه إلى تكوين الإنسان العالمي ذي البعد الواحـد المؤمن بأيدلوجية السوق العالمية .  فهذه  الرؤية تشكل تحديات كبيرة أمام الإعلام العربي والإسـلامي ، الأمر الذي يجعل هذه المدن الإعلاميـة ضرورة لتحـصيل التبـادل الإعلامـي بإنتـاج جيـد يـسد حاجـات المواطن العربي الثقافة والترفيهية .

وفي المرتبة الثالثة فائدة ( تعضيد دور المجتمع المدني ) بعدد 100 وبنسبة 32، 3% (موافق جداً ) وعدد 137وبنسبة 44، 2% ( موافـق ) ،  مقابـل عـدد 2ونـسبة 0، 06( غـير موافـق جـداً ) ،  وعـدد 14بنسبة 4، 5% ( غير موافق ) ،  وفضل عدد 57بنسبة 18، 4% القول بالحياد ( لا أدري ) ،  وانـه دال في متغير في النوع عند مستوى 0، 026،  وانه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 003،  وباسـتخدام اختبار ( شفيه ) ،  للمقارنة البعدية ،  وُجد أنه دال عند مستوى 0، 002 ،   لصالح الجنسية السودانية ،  وأنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 033،  وباسـتخدام اختبـار ( شـفيه ) ،  للمقارنـة البعديـة ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 048،  لصالح الفئة العمرية ( 30-39) . بينما لم توجد فـروق في متغـيرات التعليم والمهنة.

يوجد تأثير من فئة عمرية شابة ،  ترغب في وجود المؤسسية في العـالم العـربي ،  والتـي من أولوياتها الاهتمام بمؤسسات المجتمع المدني ؛ وخاصة أنهـا عانـت مـن تـسلط الحكومـات

بفرض القيود المعطلة لدورها ؛ مما أضعف بنيتها وجعلها غير فاعلة في قيادة التغيير و الإصلاح . فهذه المدن الحرة تتيح لمنظمات المجتمع المدني الاستفادة من التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات في تدعيم أدوارها وأنشطتها ، عبر توظيف وسائل إعلامها ومعلوماتها في نشر أهدافها وبرامجها ؛ وبالتالي كسب أعضاء جدد في صفوفها ؛ فضلاً عن جمع التمويل اللازم لأنشطتها ، كما تستطيع من خلالها الاتصال فيما بينها ، وكذلك بالمنظمات المماثلة في الخارج من أجل حشد الدعم والمساندة لها أو لبعض قضاياها ، وذلك بعيداً عن رقابة الدولة وسيطرتها ؛ مما يعزز من دورها وفاعليتها.

وفي المرتبة الأخيرة فائدة ( تحقيق هوية سياسية وثقافية جمعية ) عدد 67وبنسبة 24، 5% (موافق جداً ) ، وعدد 131بنسبة 42، 3% ( موافق ) ، مقابل عدد 3بنسبة 1، 3% (غير موافق جداً ) وعدد 24بنسبة 7، 7% ( غير موافق ) ، فضل عدد 76 بنسبة 24، 5%القول بالحياد ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير في الجنسية عند مستوى 0، 004، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 005، لصالح الجنسية السودانية . ولم توجد فروق دالة في المتغيرات الأخرى .

يوجد تأثير من الجنسية السودانية في اختيار هذه الفائدة ، ويرجع الأمر لإدراك أهمية التوحد السياسي والثقافي الجمعي العربي ، في ظل عصر التكتلات السياسية والثقافية والاقتصادية.

وإن تحقيق الهوية الجمعية يكون عبر توسيع الحرية الإعلامية وتعدد وسائل الاتصال سيؤدي إلى ارتفاع مستوى المناظرات والمناقشات في القضايا السياسية والثقافية العامة ؛ مما يؤدي إلى زيادة التفاعل بين الجمهور ؛ فتتقارب الآراء وتتوحد الرؤى . فقد استطاعت وسائل الاتصال العربية أن توحد المشاعر الشعبية في استنكار واستهجان الحصار الدولي على بعض الدول العربية، مثل العراق ، ليبيا ، السودان ، حيث يعتقد

العديد من العرب  أن الحصار المفروض عليها؛{لا يرتبط بسمعتها كأنظمة متمردة ؛ بل لأنها أنظمة عربية} (7) .

وقد بذلت قطاعات كبيرة من منظمات المجتمع المدني العربية الجهود في تقديم أشكال متعددة من الدعم  لمساعدة العراقيين في معاناتهم من الحصار المعروض عليهم ،  ثم انتظام المظاهرات في العواصم العربية إبان الغزو  الأمريكي – البريطاني على العراق ،  والتجاوب الكبير الذي تجده القضية الفلسطينية من قطاعات المجتمع العربي على مستوى الدعم المعنوي والمادي.

فلا غرابة إذا أطلق الكاتب الأمريكي (جون. ب ألترمانJon B.Alterman)في كتابه إعلام جديد، سياسة جديدة  New Media ،New Politics   على هذا الاتجاه العربي الذي خلقته وسائل الاتصال المنفتحة { العروبة الجديدة }(8).  وهذا بالطبع نتاج لتأثير قنوات فضائية ومعلوماتية محدودة ،  فكيف يكون الحال إذا تعددت هذه القنوات الفضائية والمعلوماتية بظهور تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة؟! .

**ثانياً: تحليل و مناقشة نتائج( المحور الثاني )التسهيلات الاستثمارية بالمدن الحرة**

كشفت الدراسة أن 68، 1% قالوا ( نعم ) أن المدن الحرة ستجذب وسائل الإعلام الأجنبية للعمل بها ،  فيما قال 21، 6% ( لا)، وفضل 10، 3% القول  بعدم المعرفة ( لا أدري ) . وهذه نسبة كبيرة ،  تؤكد أهمية وحيوية المدن الإعلامية العربية الحرة كأداة لجذب واستقبال وسائل الإعلام . واتضح من الدراسة أن المدن الإعلامية  الحرة  تقدم تسهيلات وامتيازات لوسائل الإعلام الأجنبية أتت (البنية التحتية التقنية المتينة ) في المرتبة الأولى لعدد 111بنسبة 35، 8% (موافق جداً) ،  وعدد 100بنسبة 32، 3% ( موافق ) ،  مقابل عدد 27بنسبة ( غير موافق جداً ) ،  وعدد 40بنسبة 12، 9% ( غير موافق ) ،  وفضل عدد 32بنسبة 10، 3% القول ( لا أدري ) ،  ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

لمتغيرات الدراسة عند مستوى (0، 05). ومعني ذلك في تفسر الباحث أن المبحوثين ذكوراً وإناثاً قد تماثلت آراؤهم وانطباعاتهم بأن المدن الحرة ( توفر بنية تحتية وتقنية متينة).

وحقيقة أن توفير البنية التحتية التقنية المتطورة في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تعد شرطاً ضرورياً لجذب وسائل الإعلام الأجنبية . وقد سعت المدن الإعلامية العربية الحرة إلى توفير بنية تقنية حديثة ، فمدينة دبي للإعلام تتكون من مبان كاملة التجهيزات وحديثة التقنيات التكنولوجية ؛ حيث ترتبط بتقنية الألياف البصرية ؛ وهي متصلة بنظام كمبيوتر ذكي يتحكم في المباني ، وهذا أكده الشيخ محمد بن راشد ولي عهد دبي ؛ { إننا جهزنا المدينة ببنية تحتية تقنية متطورة لمواكبة بنية الإعلام الإلكترونية العالمية }(9)، ويدعمه مدير تلفزيون الشرق الأوسط بعد ارتحالهم إلى المدينة الإعلامية ؛ { أننا انتقلنا لتوفر مزايا عديدة بدبي منها البنية التحتية المتكاملة }(10) .

وقد لاحظ الباحث في جولته بمدينة دبي ومدينتها الإعلامية الواقع التكنولوجي المتطور والذي يدركه الفرد من خلال نمط الحياة اليومي ؛ وتعاملات الجمهور مع الجهات الحكومية والإدارية والمصرفية وفي مختلف المرافق ، وكذلك عند طلب أداة من أدوات التكنولوجيا الحديثة، حيث يدرك الفرد أن دبي سوق ( عالمية لتجارة الإلكترونيات ومركز عالمي للتجارة الإلكترونية) .

ووقف الباحث على عدة مشاريع متعلقة بتصنيع تكنولوجيا المعلومات بمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية ، منها مدينة دبي للإنترنت ، التي تقدم خدمات وتسهيلات لقطاع تقنية المعلومات وشركات الإنترنت ، وواحة دبي للمشاريع الإلكترونية التي تحتضن الأفكار وتحولها إلى واقع ملموس ، ومشروع ( قرية المعرفة ) الذراع التعليمي لسلطة المنطقة الحرة للتكنولوجيا والإعلام التي ستساهم في إنشاء (الأكاديمية الإعلامية) .

أما بشأن المدينة الإعلامية في مصر فهي تتمتع بتقنية حديثة من ناحية الاستديو هـات المجهـزة بأحدث التقنيات للبث المباشر والنقل الحي وللمونتاج عبر الحواسيب؛ ويدعمها وجود القمر الـصناعي ( نايل سات ) ، وهكذا الحال بالنسبة لمدينة الأردن الإعلامية التي تحتوى على أجهـزة ومعـدات فنيـة متطورة خاصة بالبث التلفزيوني الفضائي المباشر والنقل الحي ، وقال الشيخ صالح كامـل؛ { إنهـا تملـك أحدث الأجهزة بين نظيراتها في المنطقة}(11) .

وفي المرتبة الثانية كانـت ( كلفـة تـشغيل منافـسة ) بعـدد 107بنـسبة 34، 5% (موافـق جـداً) وعدد 104بنسبة 33، 5% ( موافق ) ، مقابل عدد 27 بنـسبة8، 7% ( غـير موافـق جـداً) ، وعـدد 40 بنسبة 12، 9% ( غير موافق )، وفضل عدد 32بنسبة 10، 3% القـول (لا أدري ) ، وأنـه دال في متغـير الجنسية عند مـستوي 0، 000، وباسـتخدام اختبـار (شـفيه) للمقارنـة البعديـة ، وُجـد أنـه دال عنـد مـستوى 0، 000لـصالح الجنـسية الإماراتيـة . وأنـه دال في متغـير في المؤهـل عنـد مـستوى 0، 042، وباستخدام اختبار ( شـفيه ) للمقارنـة البعديـة ، وُجـد أنـه دال عنـد مـستوى 0، 030لـصالح مؤهـل تعليمي (جامعي).

أن وجود تأثير كبير على متغير ( كلفة تشغيل منافسة ) من قبـل الجنـسية الإماراتيـة يـشير إلى حقيقية أن المدن الإعلامية الحرة توفر كلفة تشغيل منافسة ، وذلك لاحتكاك الإماراتيين بتجربة مدينة دبي الإعلام ، كما أن تأثير مؤهل تعليمي (جامعي) في متغير كلفة تـشغيل منافـسة يـضمن مـصداقية أكبر على توفير كلفة تشغيل منافسة .

ولجذب الشركات والمؤسسات الإعلامية لابد أن تكون التكلفة لنفس المستوى من البني التحتيـة والخدمات منافسة؛ لما هو موجود في أوروبا، وهذا ما سعت المـدن الحـرة لتـوفيره ، وأكـده الـدكتور محمد قيراط{ أن خطة المسؤولين بالمدن الحرة جعل التكلفة أقل بالنسبة لأوروبا بحوالي 30% }(12) .

ويجب أن تـشمل التكلفـة المنافـسة تـوفير الكـوادر البـشرية المؤهلـة ، والتـسهيلات الإداريـة والامتيازات الاستثمارية ، كالمرونة في التشريعات والإعفاءات الضريبية والجمركية ، وتوفير معلومـات غنية عن الأسواق حتى يتسنى إقناع الشركات المستثمرة وراغبة في الاستثمار ؛ لأن الشركات لا يمكـن أن تجازف بالدخول في منطقة أسواقها غير ناضجة بما فيه الكفاية لنوع عملها.

وفي المرتبة الثالثة كـان ( مجتمـع متكامـل الإعـلام ) بعـدد 94وبنـسبة 30، 3% ( موافـق جـداً) وعدد 117بنسبة 37، 7% ( موافق ) ، مقابل 29بنسبة 9، 4% ( غير موافـق جـداً )، وعـدد 38بنـسبة 12، 3% ( غير موافق ) ، وفضل عـدد 32 بنـسبة10، 3% القـول ( لا أدري )، و لا توجـد فـروق ذات دلالة إحصائية عنـد مـستوى (0، 05) تعـزى للمتغـيرات ؛ لموافقـة المبحـوثين عـلى أن المـدن الإعلاميـة العربية حرة توفر مجتمع متكامـل الإعـلام . وقـد يُفـسر ذلـك في تـأثير ظـروف العمـل عـلى تكـوين الاتجاهات ؛ مما يجعل الأمر طبيعياً أن تتماثل آراء وانطباعات المبحوثين بـشأن تـوفير المـدن الإعلاميـة الحرة لمجتمع متكامل الإعلام.

على المدن الإعلامية العربية الحـرة في سـعيها لجـذب وسـائل الإعـلام الأجنبيـة ؛ أن تـوفر كـل المستلزمات الخاصة بها كموقع لمجتمع متكامل للإعلاممن توفير الخدمات على اختلافهـا وتنوعهـا بمـا يتيح لعملائها نوعية أرقي من الخدمات اليومية الضرورية .

وأن تكون لها رؤية كاملـة مـع المؤسـسات العاملـة معهـا في المنطقـة لـدعم وإتقـان الـصنعة الإعلامية ، كالتعاون مع الجامعات في مجالات التعليم والتدريب ، أو إنشاء الأكاديميات الإعلامية، ثم السعي إلى تحقيق أقصي درجات التناغم والتفاهم بين المؤسسات الإعلامية المختلفة القائمة على أرضـها عبر إقامة العديد من الفعاليات الجماعية عبر الأندية الثقافية والأدبية والرياضية . وتنظيم المهرجانات والمؤتمرات السياسية والاقتصادية وثقافية .

وفي المرتبة الأخيرة كانت ( خدمات لوجستية جيدة ) بعدد 91وبنسبة 29، 4% (موافق جداً )، وعدد 120بنسبة 38، 7% ( موافق ) ، مقابل عدد 27بنسبة 8، 7% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 40بنسبة 12، 9% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 32 بنسبة 10، 3%، وأنه دال في متغير النوع عند مستوى 0، 009. ولا يمكن أجراء اختبار المقارنة البعدية لأن المتغير النوع أقل من ثلاث مجموعات.

على المدن الإعلامية العربية الحرة لكي تكمل عناصرها جذبها للإعلام الأجنبي أن توفر خدمات لوجستية في مجال الخدمات العامة ، وتبدأ من توفر أماكن استئجار السيارات إلى التسجيل للحصول على رخصة القيادة ، وتمر بالخدمات المصرفية الراقية، والمطاعم والفنادق المجهزة بأدوات العصر، والطرق المعبدة والمطارات المجهزة . حيث تمثل هذه الخدمات ضرورة ملحة لاستقرار العمل وضمان السرعة في إنجازه . ولكن مازالت المنطقة العربية لا تعطي اهتماماً كبيراً لمثل هذا النوع من الخدمات المهمة من أجل استقطاب المشروعات الاستثمارية .

**أ- تحليل ومناقشة نتائج المدن الحرة و الإعلام العربي المحلي**

يتضح من الدراسة أن نسبة 86، 5% قالت ( نعم ) توجد أهمية للمدن الإعلامية الحرة للإعلام المحلي ، وقالت نسبة ضئيلة 2، 9% لا توجد أهمية لها للإعلام العربي المحلي، فيما اختارت نسبة 10، 6% القول ( لا أدري ).

وتأتي في المرتبة الأولى من الأهمية فائدة ( فتح سوق إعلانية وإعلامية جديدة ) بعدد 129بنسبة 41، 6% ( موافق جداً ) ، وعدد 139بنسبة 44، 8% ( موافق ) ، مقابل عدد صفر ، ونسبة (صفر ) ( غير موافق جداً ) ، وعدد 9 ونسبة 2، 9% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 33بنسبة 10، 6% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير في المهنة عند مستوى 0، 012، وباستخدام اختبار (شفيه ) ، للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند

مستوى 0، 016لصالح رئيس قسم . ولم يكن دال في المتغيرات الأخرى . أي يوجد تأثير من متغير المهنة على اختيار فتح سوق إعلانية وإعلامية.

وأهل الخبرة التراكمية في المهنة يدركون أهمية الإعلان الذي هو بمثابة حليب الأم للوسيلة الإعلامية ، ولذلك يقيمون وزناً كبيراً للمشهد الإعلامي الجديد ؛ ويعدونه بالطبع محركاً للسوق الإعلاني ؛ وخاصة يرون قدرة الفضائيات على تحويل الإعلان للمرة الأولي نحو أهداف إقليمية وليس قطرية فقط.

وبما أن الإعلان في الدول العربية كان ومازال تحت سيطرة الدولة مع المساهمة الضعيفة للقطاع الخاص ؛ إلا أنه بدأ في تسعينات القرن الماضي حركة كبيرة من التوسع والانتشار ، { فقد زادت المصاريف على الإعلان في وسائل الإعلام العربية – القنوات الفضائية تحديداً – بأن حققت زيادة تقدر ب 96% عن السنوات السابقة }(13) . وأتت هذه القفزة النوعية مع انطلاق الفضائيات والإنترنت وتطور وسائل العمل والاتصال الأخرى المختلفة مثل التلفونات الجوالة (الموبايل).

وفي المرتبة الثانية فائدة ( إذكاء ورح المنافسة ) بعدد 135بنسبة 43، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 124بنسبة 40، 0% ( موافق) ، مقابل صفر ، بنسبة صفر ( غير موافق جداً ) ، وعدد9 بنسبة 2، 9% (غير موافق) ، وفضل عدد 42بنسبة 13، 5% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 001، وباستخدام اختبار ( شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 026لصالح رئيس قسم . ولم يكن دال في المتغيرات الأخرى . أي هناك تأثير من مهنة رئيس قسم لاختيار هذه الفائدة ( إذكاء روح المنافسة ).

وتقول نظرة أصحاب الخبرة من أهل المهنة لهذا الشكل الجديد من التطور الإعلامي ؛ بأنه مازال في بداياته ، حيث أتت فائدة ( إذكاء روح المنافسة ) في المرتبة

الثانيــة. ولكــن التعــدد الإعلامــي الــذي تعــد بــه المــدن الحــرة ؛ شرط ضروري لإذكــاء روح المنافسة .

وفي المرتبة الثالثة فائدة (تحقيق نقلة نوعية للإعلام العربي نحو المهنية ) بعـدد 137بنـسبة 44، 2% ( موافق جداً ) ، وعدد 117بنسبة 37، 7% ( موافق ) ، مقابل 1 بنسبة 0، 3% (غير موافـق جـداً ) وعدد 8 بنسبة 2، 6% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 47بنسبة 15، 2% القول ( لا أدري) وأنـه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 000، وباستخدام اختبار للمقارنة البعدية ، وُجد لصالح رئـيس قـسم . ولا توجد فروق دالة في المتغيرات الأخرى.

يدرك أهل المهنة؛ أن مشكلة الإعلام العربي بالدرجة الأولى تكمن في الرسالة وصـناعتها وتحديـد الهدف من ورائها ، وأنها لا تناسب الألفية الثالثة . ومن هنا كانت نظرتهم للمشهد الإعلامـي الجديـد – لكن بالدرجة الثالثة - وما يحمله من تداعيات ربما يكون له دور في إتقان الـصنعة ؛ ولكـن هنـاك تخوف من المناخ السياسي للبلدان المضيفة للتجربة ، وقدرته في توفير المساحة والمرونة التحريرية التي ترتقي بالمهنية الإعلامية .

وفي المرتبة الأخيرة فائدة (فتح الطريق لاستخصاص الإعلام ) بعدد 133بنسبة 42، 9% ، (موافق جداً ) عدد 121بنسبة 39، 0% ( موافق ) ، مقابل صـفر بنـسبة صـفر ( غـير موافـق جـداً ) ، عـدد 9بنسبة 2، 9% ( غير موافق ) ، وفضل 47بنسبة 15، 2% القول ( لا أدري ) ، ولا توجد فروق دالة في متغيرات الدراسة . معني أنه يوجد تماثل في آراء وانطباعات المبحوثين حول قدرة المدن الحرة في فـتح الطريق لاستخصاص الإعلام ، ويُفسر الباحث ذلك للتجانس المهني وتشابه البيئة المهنية . وأتـت هـذه الفائدة في المرتبة الرابعة والأخيرة ؛ لأن طريق الاستخصاص يحتاج لإصلاحات كثيرة سياسية واقتـصادية؛ مازالت في مراحلها الأولى بالدول المضيفة للمدن الحرة.

ب- تحليل ومناقشة نتائج المدن الحرة والإعلام المهاجر

كشفت الدراسة أن نسبة 68، 1% من المبحوثين قالوا ( نعم ) المدن الإعلامية العربية سوف تجذب الإعلام العربي المهاجر ، فيما قال 21، 6% من المبحوثين لا تجذب الإعلام المهاجر ، وفضل 10، 3 % القول ( لا أدري ).

ويتضح من الدراسة أن امتياز ( توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية بالمدن ) يأتي في المرتبة الأولى بعدد 107بنسبة 34، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 104بنسبة 33، 5% ( موافق ) ، مقابل عدد 27بنسبة 8، 7% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 40بنسبة 12، 9% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 32بنسبة 10، 3% القول ( لا أدري ) ، ولا توجد فروق دالة في المتغيرات. أي قد تماثلت آراء وانطباعات المبحوثين بشأن توفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية بالمدن الحرة لجذب الإعلام المهاجرة .

من المعلوم أن السبب الأساسي في هجرة وسائل الإعلام العربية فقدان الحرية ، ولكن هذه الوسائل ظلت مرتبطة بالسوق العربي . و إن الحرية التي هاجرت إليها قيدها السوق العربي الذي تبيع فيه؛ وإن ملكت من الحرية ما لا تملكه كثير من وسائل الإعلام المقيمة بالداخل . ولكن وجود تسهيلات وامتيازات من قبل المدن الحرة مع حرية مقيدة بالضوابط الأخلاقية؛ يعجل بعودة وسائل الإعلام المهاجرة ؛ أكثر من استقطاب الإعلام الأجنبي . فلا غرابة إذا بادرت محطة تلفزيون الشرق الأوسط بالعودة ، وقال مديرها {لقد أصبحت الشروط التي هاجرنا من أجلها موجودة الآن في الوطن العربي } (14) .

وفي المرتبة الثانية امتياز (مركز لصناعة الإعلان ) بعدد 101بنسبة 32، 6% (موافق جداً( وعدد 110 بنسبة 35، 5% ( موافق ) ، مقابل عدد 22بنسبة 7، 1% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 45بنسبة 14، 5% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 32بنسبة 10، 3% القول ( لا أدري ) ، ولا توجد فروق دالة في المتغيرات الأربعة . يعني هذا تماثل آراء وانطباعات المبحوثين ، والذي يُفسر بالتجانس المهني وتشابه ظروف العمل والبيئة . وأتي امتياز

(مركز لصناعة الإعلان ) في المرتبة الثانية ؛ لضعف مستوى الاستثمارات والنفقات الإعلانية في الشرق الأوسط ؛{ فبلغ حجم النفقات الإعلانية عام 2000حوالي 1، 3بليون دولار}(15) إضافة لسيطرة الحكومات عليه . و تعتبر مدينة دبي مركزاً إقليمياً للإعلان العربي مع وجود {عمليات انتقال وإعادة انتشار بين مصر والإمارات ولبنان}(16).

وفي المرتبة الأخيرة ( وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل ) بعدد 96بنسبة 31، 0% (موافق جداً) ، وعدد 115بنسبة 37، 1% ( موافق ) ، مقابل عدد 20بنسبة6، 5% (غير موافق جداً ) ، و 47بنسبة 15، 2% (غير موافق ) ، وفضل عدد 32 بنسبة 10، 3% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 009 ، باستخدام اختبار ( شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 010لصالح الجنسية الإماراتية ، كما أنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 003 ، باستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 047لصالح رئيس قسم، معني ذلك هناك تأثير لمتغير رئيس قسم على( وجود الكادر الصحافي المدرب المؤهل بالمدن الحرة ).

يوجد تأثير من الجنسية الإماراتية ومهنة رئيس قسم في اختيار هذه الميزة التي تستطيع أن توفرها المدن الحرة ، وكان تأثير الإماراتيين لقربهم من تجربة مدينة دبي الإعلام، وتأثير مهنة (رئيس قسم )لمعرفة أهل المهنة الدواعي التي تجذب الصحافي للعمل ، والأسباب التي تبعده عنه. وأتت هذه الميزة في المرتبة الأخيرة لحداثة التجربة ، إضافة إلى أنه لا يوجد ما يطمئن الصحافي حتى الآن من خلال ما أعلنته هذه المدن ، وخاصة فيما يتعلق بالأطر التنظيمية والقانونية التي تحفظ الحقوق المهنية للصحافي . ويظل وجود الصحافي المؤهل المدرب ذا أهمية بالغة في أجندة المدن الحرة لاستقطاب الإعلام المهاجر .

### ج- تحليل ومناقشة نتائج المدن الإعلامية والكادر الصحافي الوطني

يتضح من الدراسة أن نسبة 82، 9% من المبحوثين قالوا ( نعم ) إن الكادر الصحافي الوطني سيستفيد من المدن الإعلامية العربية الحرة ، وأن نسبة 6، 5% من المبحوثين قالوا لا يستفيد ، بينما قالت نسبة 10، 6% ( لا أدري ) .

وتأتي فائدة ( توفير المزيد من فرص العمل ) في المرتبة الأولى ، بعدد 163بنسبة 52، 6% (موافق جداً ) ، وعدد 94بنسبة 30، 0% ( موافق ) ، مقابل عدد 4بنسبة1، 3% ( غير موافق جداً ) ، وعدد16 بنسبة 5، 2%( غير موافق ) ، وقال عدد 33بنسبة 10، 0% ( لا أدري ) . لا توجد فروق دالة في المتغيرات . معني ذلك تماثل آراء وانطباعات المبحوثين بشأن قدرة المدن الحرة في توفير المريد من فرص العمل للكادر الصحافي الوطني . وبالفعل فتح وجود المدن الحرة الباب لمزيد من فرص العمل . فالمدن الحرة تسعى لاستقطاب وسائل الإعلام الأجنبية والعربية المهاجرة . وهذا يحتاج لعدد كبير من الصحافيين.

وفي المرتبة الثانية فائدة ( تطوير القدرات الصحفية ) بعدد 136بنسبة 43، 9% (غير موافق )، وعدد 121بنسبة 39، 0% ( موافق ) ، مقابل عدد 5 بنسبة 1، 6% ( غير موافق جداً ) ، وعدد15 بنسبة 4، 8% ( غير موافق ) ، وقال عدد 33بنسبة 10، 0% (لا ادري). ولا توجد فروق دالة في متغيرات الدراسة . معنى ذلك تماثل آراء وانطباعات المبحوثين حول فائدة تطوير القدرات الصحفية ؛ ويُفسر سببه بالتجانس المهني، وتشابه ظروف العمل وبيئته . وبالفعل في حالة نجاح تجربة المدن الحرة واستطاعتها في استقطاب وسائل أجنبية أو عربية مهاجرة ، أو تأسيس وسائل إعلام ومعلوماتية جديدة ؛ سيكون المناخ مناسباً لتبادل الخبرات وتلاقحها . وهذا يرفع قدرات الصحافيين المهنية.

وفي المرتبة الثالثة تأتي فائدة ( تهيئة البيئة المناسبة للعمل ) بعدد 126بنسبة 40، 6% (موافق جداً ) ، وعدد 125بنسبة 40، 3% ( موافق ) ، مقابل عدد 3بنسبة 1، 0% ( غير

موافق جداً)  وعدد17 بنسبة 5، 5% ( غير موافق ) ،  وفضل عدد 39بنسبة 12، 6% قول (لا أدري ) ولا توجد فروق دالة في المتغيرات عند مستوى المعنوية 0، 050 ،  معني ذلك تماثل آراء وانطباعات المبحوثين  للتجانس الإعلامي وتشابه بيئته وظروفه . و تجربة المدن الحرة في حالة نجاحها ستوفر بيئة عمل مناسبة للعمل الصحافي .

**ثالثاً: تحليل ومناقشة نتائج (المحور الثالث ) الصعوبات أمام المدن الحرة**

يتضح من الدراسة أن نسبة 83، 3% من المبحوثين قالوا ( نعم ) بوجود صعوبات ومعوقات تعترض عمل المدن الإعلامية العربية الحرة ،  فيما قال 10، 0% ( لا توجد ) صعوبات ،  وفضل 8، 7% قول ( لا أدري ).

وجاءت (البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية  ) في المرتبة الأولى ، بعدد 178بنسبة 57، 4% ( موافق جداً ) ،  وعدد74 بنسبة 23، 9% ( موافق ) ،  مقابل عدد صفر بنسبة صفر ( غير موافق جداً ) ،  وعدد31 بنسبة 10، 0% ( غير موافق ) ،  وفضل عدد 27بنسبة 8، 7% القول (لا أدري)  وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوي 0، 019،  وباستخدام اختبار ( توكي ) للمقارنة البعدية؛  وُجد أنه دال عند مستوي 0، 048لصالح الجنسية السودانية . وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 006، وباستخدام اختبار (أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ،  وُجد أنه دال عند مستوى 0، 019لصالح مهنة ( رئيس قسم ) . ومعنى ذلك يوجد تأثير (للجنسية السودانية ) ومهنة (رئيس قسم) في اختيار متغير ( البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية ) .  وتعتبر البيروقراطية الإدارية محور أساسي في فشل أي مشروع استثماري . وتعاني  أغلب المؤسسات في الدول العربية  من الضعف والهشاشة والترهل الإداري والبيروقراطي والتسلطية .

فتجربة المدن الإعلامية العربية الحرة  مهددة بهذا الداء ؛ وتجاوزه يحتاج إلى عقلية إدارية مؤهلة ؛ تملك الصلاحيات الكافية ،  و قادرة على التصرف و الاجتهاد في التعامل مع المواقف المختلفة خارج الإطار البيروقراطي . ويضاف إلى ذلك إلغاء كل تراث الحرب

الباردة الأمني ، وتنقية كومبيوترات المطارات مما علق بها من شوائب ؛ وإلا ستفقد المدن الحرة وسائل الإعلام التي تم استقطابها ، سواء أكانت أجنبية أم عربية مهاجرة .

وجاءت صعوبة (لا يوجد اقتصاد حر) في المرتبة الثانية بعدد 174بنسبة 56، 1% (موافق جداً ) وعدد 78بنسبة 25، 2% ( موافق ) ، مقابل عدد صفر بنسبة صفر ( غير موافق جداً ) ، وعدد 31بنسبة 10، 0% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 27 بنسبة 8، 7% (لا أدري ) ، وأنه دال في متغير في الجنسية عند مستوى 0، 019، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 027لصالح الجنسية السودانية . ومعني ذلك يوجد تأثير من الجنسية السودانية في اختيار متغير (لايوجد اقتصاد حر). حقيقة يعاني الاقتصاد العربي عموما من تفاقم الاختلالات البنائية ، وضعف المؤسسات المسؤولة عن صنع السياسات الاقتصادية ، كما أبانت تقارير التنمية البشرية العربية من عام 1995إلى عام 2004م . فبهذه الصورة يشكل الاقتصاد عقبة في نجاح تجربة المدن الإعلامية الحرة ؛ التي تحتاج لاقتصاد حر ، يوفر التسهيلات والامتيازات الاستثمارية . ولكن توجد اجتهادات في عدد من الدول العربية لمواكبة التطورات التي أحدثتها ثورة الاتصالات والمعلومات في هذا الجانب . وما المناطق التجارية الحرة ، إضافة إلى نشاط التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت ، إلا دليل على الحركة الاقتصادية نحو الانفتاح .

وجاءت صعوبة (حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية ) بعدد 166بنسبة53، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 86بنسبة 27، 7% ( موافق ) ، مقابل عدد 2بنسبة 0، 6% ، وعدد 29بنسبة 9، 4% ، وفضل عدد 27بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري)، وأنه دال في متغير النوع عند مستوي 0، 025، ولا يمكن استخدام اختبار المقارنة البعدية ، لأن النوع يتكون من مجموعتين . وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوي 0، 000، وباستخدام اختبار ( شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 000 لصالح الجنسية السودانية . وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 024،

وباستخدام اختبار ( أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 026لصالح رئيس قسم . معنى ذلك يوجد تأثير من ( الجنسية السودانية ) ومهنة (رئيس قسم ) على اختيار متغير (حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية بالمنطقة). وتعتبر الحرية النسبية التي تتوفر لبعض وسائل الإعلام مصدر إزعاج وحساسية سياسية وثقافية في المنطقة العربية ، وخير مثال تجربة قناتي الجزيرة والعربية ، وما تعرضتا له من مشاكل ، حرمهما من الدعم الإعلاني . وإن بدأت هذه الحساسية أقل حدة في ظل تطورات ثورة المعلومات ، وتضاؤل قدرة الدول في احتكار المعلومات لكثرة الوسائل الإتصالية التي تفلت من الرقابة . ولكن تظل هذه الحيثية صعوبة أمام المدن الحرة في حرية الحركة الإعلامية الاستثمارية.

وجاءت صعوبة (لا يوجد قضاء مستقل) في المرتبة الأخيرة ، بعدد132بنسبة42، 6% (موافق جداً ) وعدد120 بنسبة 38، 7% ( موافق) ، مقابل عدد صفر بنسبة صفر (غير موافق جداً ) ، وعدد31 بنسبة 10، 0% ( غير موافق) ، وفضل عدد27 بنسبة 8، 7% ، ولا توجد فروق في متغيرات الدراسة . ومعنى ذلك يوجد تماثل في آراء وانطباعات المبحوثين ، مرده إلى التجانس وتشابه ظروف العمل والبيئة . تختلف استقلالية القضاء من دولة عربية إلى أخرى ، ولكن عموماً الوضع القضائي العربي مظنة لعدم الاستقلالية لطبيعة الأنظمة السياسية الحاكمة . ولذا يشكل وقفة أمام المستثمر بالمدن الإعلامية الحرة؛ حتى تنفي الممارسة المظنة.

**أ- علاقة الإعلام بالسلطة**

وكشفت الدراسة أن 49، 7% قالوا (لا) تستطيع المدن الإعلامية الحرة التغلب على علاقة التقليدية بين الإعلام والسلطة السياسية ) ، فيما قال 38، 7% ( نعم ) تستطيع التغلب ، وقال 11، 6% ( لا أدري ) . وأوضح الدراسة أن 49، 7% قالوا (نعم ) أن ما

تبثه وسائل الإعلام بالمدن الحرة يسبب صراعات بين الدول العربية ، فيما قال 38، 7% (لا) تسبب صراعات بين الدول العربية ، وفضل 11، 6% قول ( لا أدري ).

هذه النسبة الكبيرة من المبحوثين أكدت على أن المدن الإعلامية العربية الحرة ستكون مرتبطة بالمناخ السياسي للبلدان المضيفة ؛ والذي يلقي بظله على القوانين المنظمة للعمل ومتعلقاته المختلفة ، إضافة إلى نوعية الخطاب الإعلامي الصادر، على الرغم أن بعض الدول العربية التي أنشأت مدناً حرة ، قالت أنها ستجعلها دولة داخل دولة محكومة بقوانينها الخاصة ومناخها الخاص . وكما كشفت الدراسة تأكيد المبحوثين على أن ما تبثه وسائل الإعلام الحرة بالمدن الإعلامية سوف يسبب صراعات بين لدول العربية . هذه الرؤية من المبحوثين ناتجة من خلال تجربة بعض القنوات الفضائية العربية ( قناة الجزيرة )، ولكن قد جرت مياه كثيرة تحت الجسر و يوجد الآن قبول كبير لما تبثه القنوات الفضائية الحرة ، فأغلبية الدول العربية بدأت بمسيرة إصلاح سياسي واقتصادي ، مما يبشر بنجاح تجربة المدن الإعلامية الحرة .

**ب- الاستثمار والقيم الأخلاقية**

يتضح من الدراسة أن 71، 9% قالوا (لا ) توجد آثار سالبة للاستثمار الإعلامي بالمدن الحرة على قيم المجتمعات العربية ، فيما قال 19، 4% ( نعم ) توجد آثار سالبة ، وفضل 8، 7% قول (لا ادري ) وهذا لا ينفي وجود رسائل سالبة ؛ ولكن توجد مناعات أو ضمانات تحمى المستقبل العربي من آثارها المضرة .

فجاءت ضمانة (وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية) في المرتبة الأولى ، بعدد 160بنسبة 51، 6% ( موافق جداً ) ، وعدد 64بنسبة 20، 3% ( موافق ) ، مقابل صفر بنسبة صفر (غيرموافق جداً) ، وعدد 60بنسبة 19، 4% ( غير موافق ) ، وقال عدد 27بنسبة 8، 7% ( لا أدري )، وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 000وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 000

لصالح (جنسيات أخرى ) . وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 053، وباستخدام اختبار ( أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 010لصالح مدير إدارة . معنى ذلك وجود تأثير من (جنسيات أخرى ) ، من مهنة ( مدير إدارة ) لاختيار هذا المتغير (وجود الضوابط القانونية والمواثيق الأخلاقية ) التي تحكم العمل داخل المدن الحرة ، وبالفعل حرصت المدن الإعلامية العربية الحرة على وضع قوانين تضبط العمل ، منعت فيها نشر المواد الفاضحة والإباحية ، ونشر التشهير والافتراءات ، كما حددت ملكية وسائل الإعلام العاملة داخل المدن الحرة . وبل وضعت هذه المدن مواثيق شرف أخلاقي لأي مؤسسة تريد العمل بها .

وجاءت ضمانة ( المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة) في المرتبة الأخيرة ، بعدد 123بنسبة 39، 7% ( موافق جداً ) ، وعدد 100بنسبة 32، 3% (موافق ) ، مقابل عدد صفر بنسبة صفر(غيرموافق جداً) ، وعدد 60بنسبة 19، 4%(غير موافق) ، وفضل عدد27 بنسبة 8، 7% قول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 012، باستخدام اختبار (أقل فرق دال) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 018، لصالح مهنة مدير إدارة . معنى ذلك يوجد تأثير لمهنة ( مدير إدارة ) في اختيار ضمانة ( المجتمعات العربية تملك نظاماً قيمياً محكماً لمقاومة المؤثرات السالبة الوافدة ) . يملك حقيقية النظام العربي قيم ثقافية راسخة مستمدة من عقيدة ثابتة. و لا يخفي تأثير ثورة المعلومات والاتصالات على بعض قيم وأخلاق الشباب العربي ؛ فعرفت المجتمعات العربية ( تلفزيون الواقع ) ، و سادت أنماط عديدة من قيم الثقافة الغربية . ومن هنا فضل المبحوثين جعل ضمانة ( الضوابط القانونية ) كآلية تحفظ حرم قيم المجتمعات العربية من المؤثرات السالبة التي ترد مع إعلام المدن الحرة .

**رابعاً: تحليل ومناقشة نتائج المحور الرابع (مستقبل المدن الإعلامية العربية الحرة)**

كشفت الدراسة أن 84، 5% قالوا ( نعم ) ستستفيد المدن الإعلامية الحرة من تجربة القنوات الفضائية الحرة ، فيما قال 6، 8% (لا ) تستفيد من التجربة ، وفضل 8، 7% القول ( لا أدري ) . حقيقية قدمت القنوات الفضائية تجربة كبيرة ؛ سيستفيد منها كل من يلج باب الإعلام الحر .

وجاءت فائدة ( تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي ) بعدد 139بنسبة 44، 8% ( موافق جداً ) ، وعدد 123بنسبة 39، 7% ( موافق ) ، مقابل عدد 2بنسبة0، 6%( غير موافق جداً ) ، وعدد 19بنسبة 6، 1(غير موافق ) ، وفضل عدد 27بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 019، وباستخدام اختبار ( أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0، 007لصالح مهنة سكرتير تحرير . أي أنه يوجد تأثير لمتغير سكرتير تحرير على ( تنشيط الاستثمار في القطاع الاقتصادي الإعلامي ) وهذا يعطيه مصداقية عالية ؛ لأن التأثير أتى من قبل مهنة لصيقة بالنشاط الاقتصادي الإعلامي . فقد شهد قطاع الاقتصادي الإعلامي مع انطلاق الفضائيات تحولات كبرى ، كما أوضح الباحث في سياق هذا التحليل في فوائد المدن الحرة للإعلام العربي المحلي ، وحتماً ستستفيد المدن الإعلامية الحرة من هذه التحولات الجديدة في تنشيط القطاع الاقتصادي الإعلامي.

وفي المرتبة الثانية ( تأكيد قيمة الإعلام وخطورته) عدد 123بنسبة39، 7% ( موافق جداً( وعدد 139بنسبة44، 8% ( موافق ) ، مقابل عدد 4بنسبة 1، 3% ( غير موافق جداً ) ، وعدد17 بنسبة 5، 5% (غير موافق ) ، وفضل عدد27 بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير النوع عند مستوى 0، 001، ولا يمكن استخدام اختبار المقارنة البعدية ، لأنه يتكون من مجموعتين . وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 003، باستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد أنه دال عند مستوى 0،

004لصالح الجنسية السودانية . معنى ذلك يوجد تأثير لمتغير الجنسية السودانية على (تأكيد قيمة الإعلام وخطورته). إن تجربة القنوات الفضائية الحرة في إبراز قيمة الإعلام وخطورته ظاهرة لمن يتابع تطورات الأحداث على المسرح العربي والدولي . كما أن تغطيتها لحروب الأمة العربية والإسلامية من العراق إلى أفغانستان مروراً بفلسطين ، تقف شاهداً على ذلك . فقدمت الفضائيات العربية للمشاهد العربي والعالمي المعلومة الصحيحة، حيث اتسم خطابها بالشفافية والحس القومي.

فأظهرت القنوات العربية لأول مرة منافسة قوية للإعلام الغربي ، الذي كان يحتكر المعلومة والصورة والحركة ؛ فكشفت الكثير من تناقضاته وأجبرته على التراجع ، والأمثلة من حرب العراق عام 2003م كثيرة ، كقتل الأسرى البريطانيين المزعوم من قبل الإعلام الغربي، أو إنكار سقوط الطائرات في الأيام الأولى للحرب ، فعندما نشرت القنوات العربية صور الأسرى والطائرات التي تم إسقاطها ؛ كان ذلك بمثابة الصاعقة على صانعي القرار في البلدين . فبادروا بتحويل المعركة الإعلامية إلى معركة الانتهاكات العراقية لاتفاقية جنيف لأسري الحرب ؛ بعد أن كان الإنكار لوجودهم ابتداء . فانتقد رؤساء أمريكا وبريطانيا والقادة العسكريون القنوات الفضائية العربية لنشرها صور الأسري . وهذا الرصيد المهني يغذي تجربة المدن الإعلامية الحرة .

وفي المرتبة الأخيرة (كسر جمود الإعلام العربي ) بعدد118 بنسبة 38، 1% ( موافق جداً ) وعدد 136بنسبة 43، 9%( موافق ) ، مقابل عدد10 بنسبة 3، 2% ( غير موافق جداً ) ، وعدد11 بنسبة 3، 5%( غير موافق ) ، وفضل عدد27 بنسبة 8، 7% القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير المؤهل عند مستوى 0، 000، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ، وُجد انه دال عند مستوى 0، 004لصالح المؤهل ( الجامعي ) . معني ذلك يوجد تأثير لمتغير المؤهل (جامعي ) على اختيار ( كسر جمود الإعلام العربي ).لا يختلف اثنان أن القنوات الفضائية العربية الحرة؛ استطاعت أن تلقي حجراً في بركة

الإعلام العربي الساكنة ، فازدياد مجال الحوار وحرية تبادل الأفكار بين النخبة عن طريق هذه القنوات الحرة ؛ يزيد الضغط على وسائل الإعلام المحلية في عديد من البلدان العربية؛ من أجل أن تحتفظ بموقعها ومكانتها لدي المشاهدين . ويستطيع الباحث أن يقول هناك تغييراً كبيراً حدث في شكل الإعلام العربي الرسمي من ناحية الإخراج والمادة الإعلامية المعروضة ؛ والدافع في هذا التغيير الدواعي المهنية والمنافسة، ومحاولة إثبات المصداقية ، أو إدعاء الديمقراطية .

**أ- تحليل ومناقشة نتائج نجاح وفشل المدن الإعلامية**

كشفت الدراسة أن 57، 1% قالوا (نعم) ستنجح تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، بينما قال 25، 8% (لا ) لن تنجح ، وفضل 17، 1% القول ( لا أدري ) . إن نجاح تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، مرتبط بعدد من الشروط ؛ وعلى رأسها إزالة الصعوبات التي ورد ذكرها سابقاً في محور الصعوبات ، أو تخفيف من حدتها . فلننظر إلى تجربة مدينة دبي الإعلام ومدى فائدتها من خلال هذه الدراسة.

فجاءت فائدة (مفيدة ) في المرتبة الأولى ، بعدد 86بنسبة 27، 7% ( موافق جداً ) ، وعدد 176بنسبة 56، 8% ( موافق) ، مقابل عدد صفر بنسبة صفر ( غير موافق جداً ) ، وعدد 6 بنسبة 1، 6% (غير موافق ) ، وفضل عدد 42بنسبة 13، 5% القول ( لا أدري )؛ وأنه دال في متغير الجنسية عند مستوى 0، 008، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة البعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 009 لصالح الجنسية ( الإماراتية ) . وأنه دال في متغير المؤهل عند مستوى 0، 047، وباستخدام اختبار (أقل فرق دال ) للمقارنة؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 033لصالح لمؤهل (جامعي) . وأنه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 052، وباستخدام اختبار ( توكي ) للمقارنة البعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 033لصالح مهنة (رئيس قسم ).

وفي المرتبة الثانية (مفيدة على الإطلاق ) بعدد 76بنسبة 23، 5% ( موافق جداً ) ، وعدد 119بنسبة 38، 4% ( موافق ) ، مقابل عدد22 بنسبة7، 1% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 35بنسبة 11، 3% (غير موافق ) ، وفضل عدد 58بنسبة القول ( لا أدري ) ؛ ولا توجد فروق دالة في المتغيرات، حيث تماثلت آراء وانطباعات المبحوثين بشأن متغير (مفيدة على الإطلاق ) ، ومرد ذلك للتجانس وتشابه ظروف العمل وبيئته.

وفي المرتبة الثالثة (غير مفيدة ) بعدد صفر بنسبة صفر ( موافق جداً ) ، وعدد 1بنسبة 0، 3% ( موافق ) ، مقابل 59بنسبة 19، 0% ( غير موافق جداً ) ، وعدد 223بنسبة 71، 9% (غير موافق ) ، وفضل 27القول ( لا أدري ) ، وأنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 004، وباستخدام اختبار (شفيه ) للمقارنة للبعدية ؛ وُجد أنه دال عند مستوى 0، 011، لصالح الفئة (50-59) . وأنه دال في متغير النوع عند مستوى 0، 016، ويتعذر استخدام اختبار المقارنة البعدية لأنه يتكون من مجموعتين . وانه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 047، وباستخدام اختبار (أقل فرق دال) للمقارنة البعدية؛ وُجد انه دال عند مستوى 0، 009 لصالح الفئة العمرية (50-59) . وانه دال في متغير المهنة عند مستوى 0، 43، باستخدام اختبار ( أقل فرق دال) وُجد أنه دال عند مستوى 0، 008لصالح مهنة ( رئيس تحرير ).

وفي المرتبة الأخيرة فائدة ( غير مفيدة على الإطلاق ) بعدد صفر بنسبة صفر (موافق جداً( وعدد 1بنسبة 0، 3( موافق ) ، مقابل عدد 172بنسبة 55، 5% ( غير موافق جداً)، وعدد 110بنسبة 35، 5% ( غير موافق ) ، وفضل عدد 27بنسبة 8، 7% القول (لا أدري ) ؛ وأنه دال في متغير العمر عند مستوى 0، 031، وباستخدام اختبار (أقل فرق دال ) للمقارنة البعدية ؛وُجد أنه دال عند مستوى 0، 40 لصالح الفئة العمرية (50-59).

إن تجربة مدينة دبي للإعلام على ضوء الدراسة ( مفيدة ) ، ويدعم الإماراتيون هذا التقويم ؛ من واقع الحضور والتفاعل والمتابعة اللصيقة . ويؤيد هذا الاتجاه ؛ أن المدينة استطاعت في عامها الثاني {أن تجذب أكثر من (560) شركة تغطي العمل الإعلامي والخدمات الإعلامية }( 17) ، وهذا رقم كبير بواقع حداثة التجربة ، والبيئة التي أُنشئت فيها .

ويقول الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم ولي عهد دبي { إن الشركات العربية والدولية ستجد فرصاً حقيقية لإطلاق مشاريع جديدة وتطوير مشاريع قائمة ، حيث أن البنية التحتية المتطورة في المدينة تفتح أوسع المجالات لمواكبة بنية الإعلام الإلكترونية والعالمية ، وتسهل المشاركة في الاقتصاد الرقمي الجديد}(18)، وهذا هو الأمر الذي يجعل تجربة مدينة دبي مفيدة ، حيث التمتع ببنية تحتية عصرية ، بالإضافة إلى موقع إقليمي وعالمي متميز ، كانت الحصيلة ؛ { بيئة عمل مريحة تتميز بالمرونة والتحرر من البيروقراطية }(19)، بجانب ميزات أخرى ؛ حيث لا قيود تذكر بداخلها حول طبيعة رأس المال أو مصدره أو حول طبيعة المشروع المزمع إقامته {يضاف إلى ذلك احترام حرية تحويل الأرباح والمال المستثمر ، وكذا السلع والخدمات المنتجة دون الخضوع لقواعد الاستيراد والتصدير المعتمدة }(20) . فهذه الامتيازات والتسهيلات الاستثمارية جعلت مدينة دبي للإعلام ؛ كأنها دولة داخل دولة ، ومفيدة لجذب الاستثمارات الإعلامية .

**ب- استمرار تجربة المدن الحرة**

وبشان مدة استمرار تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، أتت فئة (20سنة فأكثر ) في المرتبة الأولى ، بعدد89 بنسبة 28، 7% ( موافق جداً ) ، وعدد 88بنسبة 28، 4% (موافق ) ، مقابل عدد1 بنسبة 0، 3( غير موافق جداً ) ، وعدد 79بنسبة 25، 5% ( غير موافق ) ، وقال عدد 53بنسبة 17، 1% ( لا أدري ) . ولا توجد فروق دالة في المتغيرات؛ أي يعنى تشابه آراء وانطباعات المبحوثين ويعود لتشابه ظروف العمل وبيئته .

وفي المرتبـة الثانيـة أتـت فئـة (10سـنوات )بعـدد 72بنـسبة 23، 2% ( موافـق جـداً ) ، وعـدد 106بنسبة 33، 9% ( موافق ) ، مقابل عدد16 بنسبة 5، 2% ( غير موافق جداً )، وعدد 65بنسبة 21، 5% ( غير موافق )، وفضل عدد 53بنسبة 17، 1% القول ( لا أدري) ولا توجد فروق دالة في المتغيرات ؛ أي يعنى تشابه آراء وانطباعات المبحوثين ، ويعود لتشابه ظروف العمل وبيئته.

وفي المرتبة الثالثة فئة (5سنوات )بعدد88 بنـسبة 28، 4% ( موافـق جـداً ) ، وعـدد89 بنـسبة 28، 7% ( موافـق ) ، مقابـل عـدد 37بنـسبة 11، 9% ( غـير موافـق جـداً )، عـدد 43 بنـسبة 13% (غيرموافق )، وفضل عدد 53بنسبة 17، 3% القول ( لا أدري ) ولا توجـد فـروق دالـة في المتغـيرات أي يعنى تشابه آراء وانطباعات المبحوثين ، ويعود لتشابه ظروف العمل وبيئته.

كشفت الدراسة أن تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة وُجدت لتبقى ، و هذه الرؤية تدعمها ثورة الاتصالات والمعلومات التي يعيشها العالم اليوم ؛ وحركة الإصلاح التـي تـسير في المنطقـة العربيـة، حيث يتوقع الكثيرون أنه بعـد عـشرة سـنوات ، ربمـا تـسود الديمقراطيـة والتعدديـة في العـالم العـربي والإسلامي ؛ بتداعياتها السياسية والاقتصادية . فالإصلاحات السياسية والاقتـصادية تـدعم وجـود المـدن الحرة ، ولا تلغي دورها ؛ لأن التجربة على ضوء ما كشفته الدراسة ليست من أجل تصحيح أخطـاء في الممارسات الإعلامية ؛ وإنما تستهدف الاستثمار الإعلامي والاقتصادي الذي تدعمه وسائل الإعلام وتشارك فيه.

# مصادر ومراجع الفصل الثالث


(1) http://www.albayan.co.ae/albayan/2000/01/20/eqt/4.htm

(2) http://www.alarbiya net /Articles/2005/11/17/18708htm

(3) Ibid.

(4) http://www.alwatanvoice.com/print.php?=articles=20673

(5) www.ITP.NET

(6) http://www.jordanmediacity.com/app/Puplic/News/ArticleDetails.asp

(7)جون ب .ألترمان–إعلام جديد، سياسة جديدة؟- ترجمة د.عبد اللـه الكندي – (غزة ، دار الكتاب الجامعي، 2003م ) ص 149

(8) المرجع نفسه ص 150

(9) http://www.albayan.co.ae. Ibid.

(10) Ibid.

(11) www.alwatan.com.sa/daily/2005-01-30/first_page/first_page11.htm

(12) محمد قيراط – الإعلام والمجتمع ( الرهانات والتحديات ) -- ( بيروت ، مكتبة دار الفلاح للنشر ، ط1، 2001م ) ص30

(13) جون ب ألترمان– إعلام جديد ، سياسة جديدة ؟ - مرجع سابق ص. ص ، 155، 156

(14) www.aljazeera.net./NR/exeres/585CC853-1175-4F0E-891E-A9B19FE44128.htm

(15) Ibid.

(16) Ibid.

(17) www.ITP.NET.Ibid.

(18) Ibid.

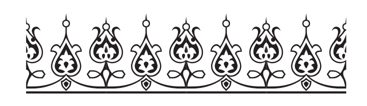
(19) www.albayan.co.ae/albayan/2001/03/22/eqt/5.htm

(20) www.attajdid.ma/tajdid/DETAIL.ASP?Articleid=19044

# المبحث الثامن

# نتائج وتوصيات الدراسة

1. **المطلب الأول: نتائج الدراسة**
2. **المطلب الثاني: توصيات الدراسة**
3. **الخاتمة**



## المطلب الأول

## نتائج الدراسة

**أولاً: نتائج الدراسة العامة**

1- أثبتت الدراسة التطور التأهيلي و التعليمي الذي يتمتع به الكادر الصحافي العربي عامة، و السوداني بصفة خاصة، حيث وجود نسبة كبيرة من الحاصلين على مؤهلات (جامعية ودراسات عليا) بين المبحوثين .

2-كشفت الدراسة اضمحلال المراكز الصحفية والإعلامية للهواة من غير أصحاب المؤهلات العلمية الأكاديمية، حيث فرضت ظروف العصر وتعقد تقنياته أهمية التخصص والتأهيل للعمل في حقل الصحافة والإعلام .

3- أبانت الدراسة الوجود الضئيل للمرأة في الحقل الصحافي والإعلامي ، والذي ما زال في بدايات السلم العملي ، حيث لم تتسنم المرأة بعدد كبير مراكز القيادة في المؤسسات الإعلامية والصحفية.

4- ما زالت العادات والتقاليد العربية تفرض على المرأة عدم حرية الحركة والسماح لها بالهجرة للبحث عن الرزق واكتساب الخبرات .

5- يوجد تقدم ملحوظ للمرأة الإماراتية في المجال الإعلامي والترقي فيه ؛ حيث وصلت إلى المراتب القيادية في بعض المؤسسات الإعلامية ، رغم الحداثة التعليمية في المجتمعات الخليجية، والإعلامية بصفة خاصة .

ثانياً: نتائج دراسة الجدوى

6- كشفت الدراسة أن أكثر من 90% من المبحوثين يري حاجة المجتمعات العربية للمدن إعلامية حرة.

7- شكل جذب للاستثمارات الإعلامية، واستغلال المدن كأداة للترويج الاقتصادي، وتقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي أهدافاً رئيسة للمدن الإعلامية العربية الحرة .

8- أبانت الدراسة أن هدفا تصحيح الممارسة الإعلامية العربية ، و تشتيت الضغوط المطالبة بالتغيير؛ يعتبران هدافان ثانويان في أجندة المدن الإعلامية العربية الحرة.

9- يتضح من الدراسة أن أنشطة البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي ، وتقديم خدمات الدعاية والإعلان والعلاقات العامة تشكل المرتبة الأولى في أنشطة المدن الإعلامية العربية الحرة.

10- كشفت الدراسة أن نشاطا تأسيس قنوات البث التلفزيوني والإذاعي والمعلوماتي ، والإنتاج الفني للمواد الإعلامية يحتلان المرتبة الثانية في أنشطة المدن الحرة .

11- أتى نشاطا التأهيل والتدريب ، و إنشاء دور الطباعة في المرتبة الثالثة من أنشطة المدن الحرة.

12- تستطيع المدن الإعلامية العربية الحرة ، أن توفر لوسائل الإعلام العاملة بها ، حرية مقيدة بالضوابط القانونية ، وليس حرية مسؤولة على نسق نظرية المسؤولية الاجتماعية الغربية .

13—أكدت الدراسة أهمية المدن الإعلامية الحرة للمجتمعات العربية لتحقيقها المزيد من الشفافية الإعلامية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ، ودفعها لحركة التدفق الإعلامي العربي – العربي ، كما أنها ستقود في المستقبل إلى توطيد ركائز مؤسسات المجتمع المدني ، وخلق هوية سياسية وثقافية عربية جمعية .

14- يتضح من الدراسة أن سماح النظام العربي بإنشاء مدن الإعلامية الحرة ؛ يعود في المرتبة الأولى إلى المناخ الدولي المشجع للحرية ، وثانياً لطرح الإصلاحات الداخلية السياسية والاقتصادية في بنية الأنظمة العربية .

15-يتبين من الدراسة أن المدن الإعلامية العربية الحرة تستطيع جذب وسائل الإعلام الأجنبية ووسائل الإعلام العربية المهاجرة ؛ لما تتميز به من بنية تحتية تقنية حديثة ، وكلفة تشغيل منافسة ، كما أنها توفر عدة تسهيلات وامتيازات استثمارية .

16- أوضحت الدراسة أن المدن الإعلامية العربية الحرة تفيد في المرتبة الأولى وسائل الإعلام المحلية ، بفتحها سوق إعلانية وإعلامية ، ثم إذكاء روح المنافسة بينها ، وفي المرتبة الثانية تفيدها بتحقيق نقلة نوعية في الأداء الصحافي نحو المهنية، وفتح الطريق أمام الاستخصاص الإعلامي.

17- ستوفر المدن الإعلامية العربية الحرة المزيد من فرص العمل للكادر الصحافي الوطني ، كما أنها تؤدي إلى تطوير القدرات الصحفية ، وتخلق بيئة صحفية مناسبة للعمل.

18-تمثل البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية؛ رأس الصعوبات التي تواجه تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة ، تليها بقية الصعوبات المتعلقة بالإصلاح الشامل للنظام السياسي والاقتصادي والقضائي بالدولة المضيفة .

19- يتضح من الدراسة أن وسائل الإعلام العاملة بالمدن الحرة ستكون مرتبطة بالمناخ السياسي للدول المضيفة ، وأنها لا تستطيع التغلب على العلاقة التقليدية بينها وبين السلطة السياسية ، وأنها في حالة منحها الحرية الكاملة دون قيد ؛ قد تسبب صراعات بين الدول العربية.

20- أبانت الدراسة أن الاستثمار الإعلامي ووجود وسائل إعلام أجنبية بالمدن الحرة وما تبثه من مضمون لا يؤثر على قيم وأخلاقيات الشعوب العربية والإسلامية ، لوجود ضوابط قانونية و مواثيق أخلاقية تحكم الممارسة العملية .

21- ستكون تجربة القنوات الفضائية الحرة العاملة في المنطقة العربية ، مفيدة للمدن الإعلامية العربية الحرة ، وخاصة في جانب تنشيط القطاع الاقتصادي الإعلامي ، حيث صاحب انطلاقالفضائيات ، تحولات إعلانية كبري؛ فانتقل الإعلان من محيطه القطري إلى المحيط الإقليمي ، إضافة إلى تأكيدها لقيمة الإعلام وخطورته، وكسرها لجمود الإعلام العربي .

22-أثبتت الدراسة أن تجربة مدينة دبي للإعلام كانت مفيدة في جوانبها المختلفة الاقتصادية والإعلامية والاستثمارية .

23-يتضح من الدراسة أن تجربة المدن الإعلامية العربية ستنجح ؛ وتستمر عشرين سنة وأكثر، وأن التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية العربية والعالمية ، ستكون في صالحها وتمددها ، وليس في ضررها وانحسارها .

**ثالثاً: نتائج الدلالات الإحصائية**

24- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع ( ذكر ، أنثى ) في متغير تقديم إنتاج إعلامي عربي منافس للإنتاج العالمي ، الذي يمثل أحد أهداف المدن الإعلامية العربية الحرة .

25- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع ( ذكر ، أنثى ) في بقية المتغيرات التي تمثل أهدافاً للمدن الإعلامية العربية الحرة .

26-لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية ( سوداني ، إماراتي ، جنسيات أخرى ) في المتغيرات التي تمثل أهدافاً للمدن الإعلامية العربية الحرة .

27-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات العمر في متغير جذب الاستثمارات الإعلامية الـذي يمثل أحد أهداف المدن الحرة لصالح مجموعة الفئة العمرية ( 40-49).

28-توجد فروق ذات دلاله بين مجموعات العمر في متغير تقـديم إنتـاج إعلامـي عـربي نـافس للإنتـاج العالمي الذي يمثل أحد أهداف المدن الحرة لصالح مجموعة الفئة العمرية (40-49).

29- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات العمر وبقية المتغيرات التي تمثل أهدافاً للمدن الإعلامية العربية الحرة .

30-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المؤهل في متغير جذب الاستثمارات الإعلامية الذي يمثل أحد أهداف المدن الحرة لصالح مؤهل جامعي .

31- توجد فـروق ذات دلالـه إحـصائية بـين مجموعـات المؤهـل في متغـير تـشتيت الـضغوط المطالبـة بالتغيير وامتصاصها لصالح مؤهل دراسات عليا .

32- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المؤهـل في بقيـة المتغـيرات التـي تمثـل أهـدافاً للمدن الإعلامية العربية الحرة .

33-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنة في متغير جذب الاستثمارات الإعلامية لصالح مجموعة مهنة رئيس قسم .

34- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنـة في متغـير أداة للـترويج الاقتـصادي لـصالح مجموعة مهنة مدير إدارة .

35- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بـين مجموعـات المهنـة في بقيـة المتغـيرات التـي تمثـل أهـدافاً للمدن الإعلامية العربية الحرة .

36-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع في متغير خدمات لوجستية الذي يمثل إحدى التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية .

37- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع في بقية المتغيرات التي تمثل التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الإعلامية الحرة للإعلام الأجنبي .

38-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية في متغير كلفة تشغيل منافسة الذي يمثل إحدى التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية لصالح مجموعة الجنسية الإماراتية .

39- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية في بقية المتغيرات التي تمثل التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة للإعلام الأجنبي .

40-لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات العمر في المتغيرات التي تمثل التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية .

41- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المؤهل في متغير كلفة تشغيل منافسة الذي يمثل إحدى التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية .

42-لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المؤهل في بقية المتغيرات التي تمثل التسهيلات والامتيازات التي تقدمها لوسائل الإعلام الأجنبية .

43-لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنة في المتغيرات التي تمثل التسهيلات والامتيازات التي تقدمها المدن الحرة لوسائل الإعلام الأجنبية .

44- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع في متغير حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية الذي يمثل إحدى الصعوبات أمام تجربة المدن الإعلامية الحرة .

45- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات النوع في بقية المتغيرات التي تمثل الصعوبات أمام تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة .

46-توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية في متغير حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية الذي يمثل إحدى الصعوبات أمام تجربة المدن الحرة لصالح مجموعة الجنسية السودانية .

47- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية في متغير لا يوجد اقتصاد حر الذي يمثل إحدى الصعوبات أمام تجربة المدن الحرة لصالح مجموعة الجنسية السودانية .

48- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات الجنسية في متغير البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية الذي يمثل إحدى الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الحرة لصالح مجموعة الجنسيات الأخرى .

49- لا توجد فروق ذات دلاله بين مجموعات العمر في المتغيرات التي تمثل الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة .

50- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المؤهل في المتغيرات التي تمثل الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الإعلامية الحرة .

51- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنة في متغير حرية التعبير في مواجهة الحساسيات السياسية والثقافية الذي يمثل إحدى الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الحرة لصالح مجموعة مهنة رئيس قسم .

52- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنة في متغير البيروقراطية وتعقيدات الأجهزة الإدارية الذي يمثل إحدى الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الإعلامية الحرة لصالح مجموعة مهنة رئيس قسم .

53- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين مجموعات المهنة في بقية المتغيرات التي تمثل الصعوبات التي تقف أمام تجربة المدن الحرة .

54- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين كل مجموعات النوع والجنسية والعمر والمؤهل والمهنة في المتغيرات التي تمثل السنوات التي تحدد مستقبل تجربة المدن الإعلامية العربية الحرة .

## المطلب الثاني

## توصيات الدراسة

**أ- توصيات موجهة للدول المنشأ**

1- تحرير التشريعات الصحفية العربية من كل القيود المكبلة لحرية الإعلام تعبيراً ونشراً وملكيةً وإصداراً وطبعاً ، حتى تتمتع المدن الحرة بالمرونة والمساحة المعقولة من الحرية .

2- إلغاء كافة التشريعات والقوانين والأنظمة التي تسمح بتدخل الدولة في شؤون الإعلام، ومعاقبة الصحافيين ، وإلغاء كل تراث الحرب الباردة من القوانين والقوائم السوداء المحظورة .

3- إجراء عمليات إصلاحية في التشريعات والقوانين المقيدة لحركة الاستثمار الاقتصادي في الدولة المضيفة وتضمينها الإعفاءات الضريبية و الجمركية وكل ما يؤدي لخفض كلفة التشغيل.

**ب- توصيات موجهة للقادة الإداريين بالمدن الحرة**

1- يجب تشييد وتجهيز وتوفير بنية عمرانية عصرية بأحدث طراز يناسب حجم العمل وخطورته وأهميته ويستوعب كافة المؤسسات والشركات الراغبة في الانتقال إلى المدينة الإعلامية المعنية ، وبأسعار تنافسية.

2- السعي إلى تمتين البنية التحتية التقنية بتوفير أقمار الاتصالات والمحطات الأرضية المتطورة للاتصال بالأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت ذات الخطوط السريعة، وتكوين مراكز المعلومات .

3- يجب انتقاء واختيار عقليات إدارية فعالة ومؤهلة ومنحها صلاحيات كافية وتشجيعها على التصرف والاجتهاد حتى تستطيع التعامل مع المواقف المختلفة وخاصة التي تتطلب اتخاذ قرارات سريعة .

4- توفير معلومات كافية وغنية عن أسواق المنطقة ، لتسهيل مهمة الشركات العالمية والمحلية لاتخاذ القرار السليم في الانتقال للعمل داخل المدن الإعلامية العربية الحرة .

5- تشجيع قيام مراكز أبحاث التسويق بهذه المدن الحرة وإرساء تقاليدها لطمأنة أصحاب رؤوس الأموال عن حقيقة المدن الحرة وقدرتها التسويقية الاستيعابية للغير .

6-تسهيل الإنتاجية لجهة الاستوديوهات والوسائل التقنية وكل ما يتعلق بالإنتاج .

7- وضع الخطط الطموحة لتوفير الكادر الفني المؤهل والمدرب بأسعار تنافسية .

8- يجب اعتماد الوظيفة داخل المدن الحرة للكفاءة والقدرة على العمل حتى لا تجبر الشركات والمؤسسات المستقطبة إلى استيعاب كوادر وطنية غير مدربة .

9- تسهيل الإجراءات الإدارية وتبسيطها في مجالات التراخيص ، وتجنب البيروقراطية والروتينية القاتلة والمملة المنفرة وطاردة للمستثمرين

10- توفير الخدمات اللوجستية من مطارات مجهزة ومعدة من ناحية البنية التحتية الحديثة والكوادر البشرية المؤهلة والخدمات السريعة والإجراءات الإدارية المبسطة .

11- إنشاء الشبكات المصرفية الحديثة من بنوك وصرافات وغيرها لتسهيل مهمة حركة الأموال وانتقالها.

12- السعي إلى بناء مجتمع متكامل الإعلام تتوافر فيه جميع أشكال الخدمات على اختلافها وتنوعها بما يتيح للعملاء أرقي الخدمات اليومية .

13- تبني استراتيجية عمل متكامل مع المؤسسات العاملة في المنطقة لدعم صناعة الإعلام إقليمياً كالتعاون مع الجامعات في مجالات التعليم والتدريب وإنشاء والأكاديميات الإعلامية.

14- السعي إلى تحقيق أقصى درجات التناغم والتفاهم بين المؤسسات الإعلامية المختلفة القائمة في المنطقة الحرة عبر إقامة العديد من الفعاليات الجماعية.

15- توفير الأندية الثقافية التي تنظم المؤتمرات والنشاطات في المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية وتقديم الجوائز للإعمال الممتازة لتشجيع حركة التنافس الإبداعي .

16- يجب الاهتمام بتكوين القرى السياحية وتجهيزها بأحدث الوسائل العصرية المستخدمة في هذا المجال .

17- توفير كل أسباب جذب الكفاءات والخبرات البشرية في المجالات التحريرية .

18- يجب الاهتمام بالبحث والتطوير ، وذلك بإنشاء الشركات والمكاتب المتخصصة في هذا المجال ، لتسهيل مهمة المستثمرين ودفعهم للدخول في المشاريع على رؤية واضحة.

19- فتح الباب أمام القطاع الخاص للدخول في شراكه مع الحكومات، لتقوية البنية التقنية والعمرانية للمدن الحرة، وبالتالي إدخال مفهوم تحقيق الربح من العمل ، لضمان نجاح التجربة.

20- منح العاملين بالمؤسسات العاملة داخل المدينة الإعلامية الحرة؛ حق تكوين تنظيماتهم المهنية والثقافية والاجتماعية .

ثالثاً: الخاتمة

استطاعت هذه الدراسة أن تختبر جدوى المدن الإعلامية العربية الحرة ، في قدرتها على النمو والاستمرار ، في ظل الواقع السياسي والاجتماعي و الاقتصادي العربي ، حيث أكدت الفئة المبحوثة تلك القدرة ، وقبول النظام العربي لها ، كما رأت الفئة المبحوثة أن المدن الحرة قد تتجاوز أهميتها كمنبر للديمقراطية وحرية التعبير لتتحول إلى مشاريع ضخمة من شأنها جذب مزيداً من رؤوس الأموال المهاجرة العربية والأجنبية ، ولذلك أتى هدفا جذب الاستثمارات الإعلامية والعربية والمهاجرة ، وتحقيق الترويج الاقتصادي والاستثماري، من أولويات أهدافها، ومن ثم تأتي الأهداف الأخرى، كما حددت المدن أنشطتها الرئيسة التي تقوم بها في هذه الفترة، والمتمثلة في البث الإذاعي والتلفزيوني والمعلوماتي، وتقديم خدمات الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، ليكون فيما بعد تأسيس القنوات التلفزيونية والإذاعية والمعلوماتية ، والإنتاج الفني للمواد الإعلامية ، وإنشاء دور الطباعة وتأهيل وتدريب الإعلاميين والفنيين ، كما نبهت الفئة إلى أهمية المدن الحرة للمجتمعات العربية في تحقيق المزيد من الشفافية الإعلامية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية ، ودفع حركة التدفق الإعلامي العربي – العربي ، كما ستقود في المستقبل إلى توطيد ركائز مؤسسات المجتمع المدني وخلق هوية سياسية وثقافية عربية جمعية ، كما أنها ستوفر المزيد من فرص العمل للكادر الصحافي الوطني ، وتؤدي إلى تطوير القدرات الصحفية ، وخلق بيئة صحفية مناسبة للعمل ، كما نبهت الدراسة إلى تحقيق عدة مؤشرات لنجاح التجربة، منها الإصلاح الإداري السياسي والاقتصادي والقضائي ، كما أكدت الدراسة استفادة المدن الحرة من تجربة القنوات الفضائية الحرة ، والفائدة الكبرى التي حققتها مدينة دبي الإعلام.

وفي ظل الاقتصاد القائم على المعرفة وانتشار تكنولوجيا المعلومات ودخول العالم الرقمي ، يكون إنشاء مدينة إعلامية سودانية حرة ضرورة وحاجة دولية قبل أن تكون

حاجة سودانية وعربية ، وخاصة أن السودان تتوفر به ميزات ومعطيات لا تتوفر في كثير من الدول العربية التي أنشأت مدن إعلامية حرة، حيث به متسع من الحرية الإعلامية ، وبلد به تنوع ثقافي وسياسي، إضافة إلى موقعه الاستراتيجي ، كجسر للتواصل بين العالم العربي والأفريقي ، يستطيع من خلاله تحقيق قفزة نوعية في الإعلام الحر المسؤول الذي يلبي حاجيات الفرد ويشبع تطلعاته ، وذلك بفتح الباب لانتشار الفضائيات والصحف، عبر حركة اقتصادية توفر فرص عمل جديدة لقطاعات كبيرة من المهنيين والفنيين وإكسابهم خبرات جديدة ، وإضافة إلى إنعاش الحركة السياحية والثقافية السودانية من خلال احتضان المهرجانات الإعلامية والسينمائية العربية والدولية ، كما تفتح هذه المدينة المجال واسعاً لحوار الحضارات ، وخاصة أن السودان بلد متعدد الأثنيات العقدية والديانات والثقافات .

## المصادر والمراجع

**أولاً: القرآن الكريم**

**ثانياً : الكتب العربية**

1-إياد شاكر البكري(دكتور) – عام 2000حرب المحطات الفضائية العربية – [عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1 ، 1999م).

2- انشراح الشال (دكتورة )– الأقمار الصناعية والتجربة السعودية – [ الرياض ، مكتبة دار جدة ، ط1 ، 1996م ) .

3- بكر بن محمد إبراهيم (دكتور ) – الإعلام العربي عبر الأقمار الصناعية – [الرياض ، مركز البحوث بجامعة الملك السعود ، 1998م ].

4- جيهان أحمد رشتي (دكتورة) - الأسس العلمية لنظريات الإعلام - [القاهرة، دار الفكر العربي ، 1975م).

5- حسن عماد مكاوي(دكتور ) – تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات – [ القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط2، 1997م) .

6- حمزة أحمد بيت المال (دكتور )–دراسة وصفية لمضامين الصحافة العربية المعاصرة – (دراسة علمية محكمة ) [ الرياض ، مركز البحوث بجامعة الملك سعود ، 2000م

7- خليل صابات (دكتور )- وسائل الاتصال نشأتها وتطورها – [ القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ط7 ، 1996م) .

8- خليل صابات(دكتور ) – الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم-( القاهرة ، دار المعارف بمصر ، ط2، 1967م) .

9- راسم الجمال(دكتور ) – الاتصال الإعلام في الوطن العربي – (بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 1991م ).

10- راكان عبد الكريم (دكتور )وآخرون – وسائل الاتـصال- [الريـاض ، دار زهـران للنـشر والتوزيـع ، ط2 1994م

11- السيد بخيت محمد(دكتور ) – الصحافة والإنترنت - ( القاهرة ، العربي للنشر 2000م).

12- عبد الرحمن بن خلدون - مقدمة ابن خلدون - [ بيروت ، دار صادر، 1966م) .

13- على محمد شمو (بروفيسور)- تكنولوجيـا الفـضاء وأقـمار الاتـصالات – [القـاهرة ، دار القوميـة العربية للثقافة والنشر ، 1999م ).

14- على محمد شمو (بروفيسور)– الاتصال الـدولي والتكنولوجيـا الحديثـة – [القـاهرة ، دار القوميـة العربية للثقافة والنشر ، 1999م

15- محمد قيراط (دكتور )– الإعلام والمجتمع (الرهانات والتحديات ) – (بيروت ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ط1، 2001م ).

16-محي الدين عبد الحليم (دكتور ) – الـدعوة الإسـلامية والإعـلام الـدولي – (القـاهرة ، دار الفكـر ، 1410هـ).

17- مكي محمد مكي - رسالة ماجستير غير منشورة عن معايير انتقاء الأخبار في الـصحافة الـسودانية [ جامعة أم درمان الإسلامية ، 1998م ).

18- نايف بن ثنيان آل سعود(دكتـور )- تكنولوجيـا الاتـصال وأثرهـا في تطـور وسـائل الإعـلام وتبـادل المعلومات ( الرياض ، دار سفير للنشر والتوزيع ، ط1، 2002م).

**ثالثاً : الكتب المعربة**

19- جون ب .ألترمـان–إعـلام جديـد، سياسـة جديـدة ؟-ترجمـة د. عبداللــه الكنـدي، ( غـزة ، دار الكتاب الجامعي ، 2003م ) .

20- ديزموند فيشر – الحق في الاتـصال - ( تقريـر عـن الوضـع الحـالي ) – ترجمـة محمـد فتحـي – ( باريس ، مكتب مطبوعات اليونسكو ، 1982م).

**رابعاً : الكتب الأجنبية**

(21) Head ‹Sydney ‹W.-Broadcasting in America-(Boston; Houghton Miffin Co.1976).

(22) Gamble ‹ MichealW. ‹and Gamble ‹ TeriKwal. ‹-Introducing Mass Communication- ( USA: Mc Grow-Hill ‹Inc. ‹1986)

(23) Frederick F.Stephan and Philip J.McCarthy-Sampling Opinions: An Analysis of Survey procedure- (New York:Wiley ‹1967)

**خامساً :مواقع الإنترنت**

(24)www.arabsat.com/satgen/second.html

(25)www.arabsat.com/about_us/member.html

(26)www.bbcworld.com/content/tempate clickpage.asp?pageid=140

(27)www.zccf.oeg.ae/a Title Description Print?Tid=65

(28)www.albayan.co.ae/albyan/2001/03/22/eqt/5.htm

(29)www.islamonline.net-arabic/dowalia/alhadath2000-Jan-24/alhadath5.asp

(30)www.saneoualhadath.naseej.../detail.asp?InNewsltemld=16149&InTemplatekey=prin

(31)www.gov.eg/ybook/htmI/info01.htm

(32)www.islamonline.net-arabic/dowalia/alhadath2000-Jan-24/alhadath5.asp

(33)www.penclub.virtualave.net/52.htm

(34)www.alwatanvoice.com/print.php?=articles=20673

(35)www.ITP.NET

(36)www.jordanmediacity.com/app/Puplic/News/ArticleDetails.asp

www.attajdid.ma/tajdid/DETAIL.ASP?Articleid=19044(38)

(39)www.broadwatch.com./mgg/95/june/bwnl.ht.p.1

**سادساً: الدوريات الصحفية والقنوات الفضائية البصرية والسمعية والمقابلات:**

(40)الفكر الجديد – مجلة شهرية إسلامية جامعة – ( لندن ، دار الإسلام للدراسات، العدد رقم (19) بتاريخ التاسع عشر من محرم 1421هـ).

(41)الشرق الأوسط – جريدة يومية سياسية – ( لندن ، المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق ، العدد (8969) الصادر يوم 2003/6/19م ) .

(42)الو طن - صحيفة يومية – ( أبها المملكة العربية السعودية ، مؤسسة عسير للصحافة والنشر ، العدد رقم ( 787) السنة الثالثة ، الصادرة في 2001/11/15).

(43) الوطن – صحيفة يومية – ( أبها الملكة العربية السعودية ، مؤسسة عسير للصحافة والنشر ، ، العدد رقم (787) للسنة الثالثة ، الصادر في 2002/11/25م، ).

(44) الدراسات الإعلامية- مجلة شهرية إعلامية – ( القاهرة ، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ، العدد ( 109) الصادر في أكتوبر / ديسمبر 2002م ).

(45) قناة الجزيرة– فضائية - ( الدوحة ، قطر ، يوم 12/ 10/ 2000م الساعة الحادية عشرة وعشرة دقائق بتوقيت مكة المكرمة – السنة الثالثة).

(46) الدراسات الإعلامية- مجلة شهرية - – ( القاهرة ، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد ( 62) ، يوليو / سبتمبر 1999م).

(47) الدراسات الإعلامية- مجلة شهرية - ( القاهرة ، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد ( 73) أكتوبر / ديسمبر 1993م).

(48) الدراسات الإعلامية -مجلة شهرية - ( القاهرة ، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد رقم ( 58) يناير / مارس 1990م).

(49) الدراسات الإعلامية -مجلة شهرية - ( القاهرة ، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، العدد (93) أكتوبر- ديسمبر 1998م).

(50) مقابلة للباحث مع المدير التنفيذي لمدينة دبي للإعلام بتاريخ 1424/10/5هـ بدبي.

**سابعاً: أوراق العمل والتقارير:**

(51)- أحمد الشهاوي – مدينة الإنتاج الإعلامي في مصر بين الحرية في الأداء والحرية في التعبير - ورقة مقدمة لمؤتمر الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي المنعقد بالعاصمة الأردنية عمان في الفترة من [ 2/27- 1 /3 / 2002م ).

(52)- أسعد دياب- الحرب النفسية في القانون الدولي ( ورقة عمل قدمها للمؤتمر السادس للحوار حول( الإعلام العربي – الأوروبي حوار من أجل المستقبل ) الذي نظمه مركز الدراسات العربي – الأوروبي بالبحرين في الفترة من 23- 25 فبراير 1998م) .

(53)-عبد الحميد الأحدب رئيس الهيئة العربية للتحكيم الدولي –حدود الحريات والنظم الاجتماعية العربية – الأوروبية في مواجهة الإعلام ( ورقة عمل قدمها إلى المؤتمر الدولي السادس حول – الإعلام العربي – الأوروبي حوار من أجل المستقبل) الذي نظمه مركز الدراسات العربي – الأوروبي بالبحرين في الفترة من 23-25/فبراير 1998م).

(54)- ماجدة موريس: نائب رئيس تحرير جريدة الجمهورية المصرية ، ورقة عمل حول - المشاهد العربي والثورة الإعلامية - [لمؤتمر وسائل الإعلام الجديدة والتغير في العالم العربي ، المنعقد بالأردن (عمان) في الفترة من 27/ فبراير - 1 /مارس 2002م ).

(55)- وحيد طويلة –ورقة عمل عن الإعلام الجديد والتغيير في العالم العربي الجانب الاجتماعي والثقافي – قدمها[ لمؤتمر وسائل الإعلام الجديدة والتغير في العالم العربي المنعقد بعمان في الفترة من 27فبراير إلى 1/مارس 2002م).

فهرس المحتويات



الدكتور مكي محمد مكي

# المدن الإعلامية الحرة







